

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
М.П. ДРАГОМАНОВА

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
Кафедра англійської філології
Кафедра романо-германської філології



ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

*АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ
ФІЛОЛОГІЇ
У КОНТЕКСТІ АНТРОПОЦЕНТРИЧНОЇ ПАРАДИГМИ*

20 листопада 2020 року
м.Київ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ М.П. ДРАГОМАНОВА



Факультет іноземної філології
Кафедра англійської філології
Кафедра романо-германської філології

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

III Міжнародна науково-практична конференція
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ У
КОНТЕКСТІ АНТРОПОЦЕНТРИЧНОЇ ПАРАДИГМИ

CONFERENCE PROCEEDINGS
III INTERNATIONAL CONFERENCE
CURRENT PROBLEMS OF THE ROMANCE AND GERMANIC
PHILOLOGY IN ANTHROPOLOGICAL PERSPECTIVE

20 November 2020
Kyiv

УДК 811.11:811.13(082)
А 43

Актуальні проблеми романо-германської філології у контексті антропоцентричної парадигми: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції (132 с.). Київ, 2021.

У збірнику матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми романо-германської філології у контексті антропоцентричної парадигми» розглянуто низку питань, що стосуються нових тенденцій в дослідженнях з лінгвокультурології, соціолінгвістики, прикладної лінгвістики, функціональної лінгвістики, а також окремі проблеми діахронічного мовознавства і текстознавства.

Редакційна колегія:

Третяк Л.І., завідувач кафедри англійської філології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, доцент

Макухіна Т.В., доцент кафедри англійської філології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, кандидат філологічних наук, доцент

Вінічук Л.С., доцент кафедри романо-германської філології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, кандидат педагогічних наук, доцент

Калитюк Л.П., доцент кафедри англійської філології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, кандидат філологічних наук, доцент

Волошкова Н.В., старший викладач кафедри англійської філології Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова, кандидат історичних наук

Друкується за рішенням Вченої ради Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (протокол № 6 від 22.12.2020р.)

Матеріали подаються в авторській редакції

ЗМІСТ

Marseglia S. Multilinguismo e plurilinguismo: impegno dell'Unione Europea e del Consiglio d'Europa	7
Лінгвокультурологічні дослідження: концептологія, метафорологія, пареміологія, лакунізація, крос-культурні розвідки, мовні картини світу, інтертекстуальність / Linguocultural studies: conceptology, metaphor studies, paremiology, lacunology, cross-cultural studies	14
Воробйова О.П. Інтертекстуальність у контексті парадигмальних зміщень: гендерний етюд	14
Zhabotyska S.A. Types of ontologies for narrative-based concepts (a case of media-narratives on COVID-19)	19
Науменко Н.В. Як зробити «фальшивих друзів перекладача» справжніми? Можливості міжмовної омонімії у вивченні англійської мови	22
Анохіна Т.О., Алексеєва О.М., Ковальчук В.А. Лакуни мультикомпонентних одиниць	25
Вінічук Л.С. Регіоналізми та особливості їх вживання у сучасній французькій мові	28
Сленіна З.І. Власна назва у системі сучасної французької мови	31
Ізюмцева Г.В. Метафоричний концепт VOICE (на матеріалі п'ятикнижжя англословної Біблії)	35
Дермель Н.М., Габрик В.Г. Лакуни як один із засобів збагачення словникового запасу сучасної німецької мови	38
Грінченко М.В. Лексичні особливості утворення сучасних назв брендів	42
Тарасюк А.М. Rendering stylistic peculiarities of syntactic constructions in Jane Austen's prose in Ukrainian translations	45
Калинич І.Й., Шумнегра О.Р. Специфіка перекладу реалій на прикладі слова «кавай»	49
Чевелюк М.В. Порівняння та метафори у перекладі на іншу мову	52

Соціолінгвістика: лінгвістична гендерологія, лінгвоперсонологія (мовна особистість), білінгвізм, соціальна стратифікація мови / Sociolinguistics: gender linguistics, lingual personality theory, bilingualism, social stratification of language	54
Горохова І.В., Третяк Л.І. Мовна репрезентація етнокультурних американських стереотипів	54
Гринюк О.С., Охріменко О.А. Аналіз текстів податкового законодавства Федеративної Республіки Німеччини з огляду реалізації намірів колегіального автора	60
Сокорчук В.М. Гендерні маркери в німецькій мові	64
Федько Ю.Ю. Лінгвопрагматичний аналіз гендерних особливостей текстів італійської преси	67
Коломієць Л.М. Структура та лексико-семантичні особливості англомовних мемів	70
Слово, речення, текст у синхронії та діахронії / Word, sentence, text, discourse: diachronic and synchronic approaches	73
Буніятова І.Р. Реграматизація заперечних конструкцій в історії англійської мови	73
Kalutiuk L.P. Comparisons of inequality in Old English riddling practice	76
Грачова І.Є. Особливості форм перфекта у діахронічних студіях	78
Машкевич А.А. Лексико-стилістичні особливості тавтологічних сполучень у сучасній французькій мові	81
Сергієнко Ю.В. Прикметник та його морфологічний склад	84
Прикладна лінгвістика: комп'ютерна лінгвістика, корпусна лінгвістика, комп'ютерна лексикографія, термінознавство та термінографія, прикладні аспекти квантитативної лінгвістики, моделювання спілкування, медіа лінгвістика / Applied linguistics: computer linguistics, corpus linguistics, computer lexicography, terminology and terminography, applied quantitative linguistics, communication modeling, media linguistics	86
Давиденко В.І. Тенденції розвитку сучасної лексикографії	86
Tamrazyan H.S. Corpus based comparative analysis of the research papers of the Ukrainian and Armenian students	89

Овдієнко О.В. Вживання англійських прикметників на позначення абсолютних якостей в романі Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і в'язень Азкабану» та специфіка їх відтворення українською мовою: корпусний підхід	92
Liu Y., Tytarenko O.Y. Functional and stylistic features of Business English language	95
Гоголь І.В. Expressing positive emotions by means of the verb “to get” (on the example of modern English fiction)	97
Чернявська С.В. Вербалізація концепту в сучасній англійській мові	100
Лю Сюена. Історія виникнення та розвитку англомовних кібернеологізмів	103
Семіотика: лінгвопрагматика, функційна лінгвістика / Semiotics: linguopragmatics, functional linguistics	104
Підгаєцька С.Л. Прагматичний аспект франкомовних рекламних текстів	104
Ружицька А.О. Когнітивний підхід до вивчення лексичної багатозначності	107
Дискурс-аналіз та лінгвістичний аналіз тексту / Discourse analysis and linguistic text analysis	110
Іваненко С. М. Іпостасі образу автора у романі Данієля Кельманна “Ruhm. Ein Roman in neun Geschichten“ (Слава. Роман з дев’яти історій) з позицій антропоцентризму	110
Приступа В.В. Моделі іронічної фреймізації повідомлення	113
Блинова І.А. Художньо-образна мовленнєва конкретизація прозового дискурсу	116
Щигло Л.В., Шемет Т.М. Офіційно-діловий дискурс як особливий тип англомовної інституційної комунікації	119
Кучерява М.М., Макухіна Т.В. Структура та лексико-семантичні особливості англомовного пісенного дискурсу (на прикладі дитячих пісень)	121
Войтовська Ю.О., Рудник Т.М. Основні етапи дослідження епітета	124
Литовченко М.В., Макухіна Т.В. Функціонування діалогічних конструкцій як організованих форм діалогічного мовлення	127
Красуля А.В., Шумило Т.С. Інтерпретативне вираження концепту ВІРА в британському пісенно-літературному дискурсі (на матеріалі текстів пісень британського гурту “Hurts”)	129

MULTILINGUISMO E PLURILINGUISMO: IMPEGNO DELL'UNIONE EUROPEA E DEL CONSIGLIO D'EUROPA

Premessa. La questione delle lingue, per l'Unione Europea, si è posta fin dal primo momento della sua costituzione. Fu stabilito di porre molta attenzione al multilinguismo, ossia alla presenza e all'uso delle lingue esistenti nel territorio. La salvaguardia e la pari dignità delle diverse lingue, è, infatti, un fattore essenziale per quanto riguarda la cittadinanza attiva e la partecipazione alla costruzione della vera Europa dei cittadini. Le lingue riflettono le diverse culture e nello stesso tempo offrono la chiave per comprenderle.

Numerose raccomandazioni sollecitano il plurilinguismo, ossia l'apprendimento di più lingue. In Europa da oltre quarant'anni la riflessione sulla politica linguistica è stata fortissima, come mai nella storia dell'umanità.

In particolare l'importanza della pluralità linguistica è stata sempre a cuore di due grandi Istituzioni Europee, l'Unione Europea ed il Consiglio d'Europa.

In più occasioni l'Unione Europea ha ribadito la propria volontà di rafforzare l'identità europea grazie all'istruzione, alla cultura ed allo studio delle lingue in modo che i cittadini potessero avere un forte senso della propria identità di Europei, nonché consapevolezza del comune patrimonio culturale e linguistico dell'Europa e della sua diversità.

Tra l'altro, per l'Unione Europea la competenza linguistica, intesa come plurilinguismo, ossia come capacità di utilizzare diverse lingue in maniera appropriata ed efficace, allo scopo di comunicare, è una delle competenze chiave capaci di promuovere l'occupabilità, la realizzazione personale, la cittadinanza attiva, la comprensione interculturale e l'inclusione sociale. Essa consente di poter trarre benefici dalle varie opportunità disponibili sul mercato e può favorire la mobilità e la cooperazione tra i vari paesi.

Già, nel 1993, il Libro bianco Delors "Insegnare e apprendere – Verso la società conoscitiva " fa riferimento alle lingue ed al plurilinguismo come necessità fondamentale della cittadinanza europea.

Nel Libro viene indicato come obiettivo basilare quello della promozione nella scuola di più lingue e, comunque, almeno tre lingue comunitarie.

Negli anni novanta il Consiglio d'Europa lavora al "Quadro Europeo Comune di riferimento per le lingue". Già negli anni settanta-ottanta il Consiglio d'Europa aveva realizzato un "Progetto Lingue Moderne" indirizzato esclusivamente al mondo dei glottodidatti, progettisti di curricula e di materiali didattici. In questo progetto "Quadro Europeo Comune di riferimento per le lingue" il problema della formazione plurilingue dei giovani cittadini europei viene allargato divenendo un problema politico e sociale. Non riguarda solo una sfera ristretta di glottodidatti e gli insegnanti ma riguarda tutti i cittadini nella loro totalità.

Nel suo complesso l'operazione del "Quadro Europeo Comune di riferimento per le lingue" rimane un progetto molto importante, una vera pietra basilare, per la storia del plurilinguismo.

Gli autori del "Quadro europeo comune di riferimento per le lingue" mettono al centro delle loro riflessioni la nozione di "competenza plurilinguistica e pluriculturale", che essi definiscono come "la competenza a comunicare linguisticamente ed a interagire culturalmente da parte di un attore sociale che possiede, a livelli diversi, la matrice di più lingue e l'esperienza di più culture".

L'apertura alle lingue ed alle culture del mondo non solamente contribuisce alla formazione di una cultura linguistica ma favorisce anche lo sviluppo della capacità di vivere bene insieme, in società, nel rispetto degli altri e delle regole della vita collettiva, preparando gli allievi ad una vita civica responsabile. La scoperta di una pluralità di lingue e di culture contribuisce ad allargare le conoscenze degli allievi sul mondo ed a prepararli a vivere nella società multiculturale; consente di poter conoscere nuove persone, avere migliori prospettive lavorative, di spostamento e di viaggio, poter apprezzare gli altri e le diverse culture.

Anche il Consiglio dell'Unione Europea ha prodotto diversi documenti con i quali vengono riaffermati gli obiettivi di promozione del plurilinguismo attraverso l'insegnamento precoce di due lingue in aggiunta alla lingua principale.

Tra l'altro questi obiettivi erano stati ampiamente sostenuti nelle conclusioni del Consiglio europeo di Barcellona nel 2002, occasione in cui venne lanciata l'istituzione di un indicatore delle competenze linguistiche.

E' facile notare un parallelismo tra questo obiettivo del Consiglio dell'Unione Europea e le proposte dei livelli di riferimenti del "Quadro comune di riferimento per le lingue" del Consiglio d'Europa del 2000.

La Commissione Europea nel 2008 ha pubblicato una interessante comunicazione "Il multilinguismo: una risorsa comune per l'Europa ed un impegno comune" con la quale afferma il carattere trasversale della politica linguistica europea in grado di influire su tutte le altre politiche comunitarie. Questa comunicazione conferma il sostegno della Commissione Europea per tutte le lingue parlate nei paesi europei incluse le lingue parlate da minoranze.

In particolare insiste perché le lingue ufficiali dei paesi europei vengano riconosciute come paritarie in tutti gli ambiti della vita pubblica.

Nello stesso anno, 2008, il Consiglio dell'Unione Europea, con una sua risoluzione, invita a promuovere il plurilinguismo per rafforzare la coesione sociale ed il dialogo interculturale nonché per migliorare la mobilità, l'integrazione e l'occupabilità degli individui.

Nel 2009 il Consiglio dell'Unione Europea insiste nel sostenere che la prosperità economica e l'occupabilità devono essere perseguite promuovendo la coesione sociale ed il dialogo interculturale.

Nel 2010, con il lancio della strategia decennale "Europa 2020", da parte della Commissione Europea, per uscire dalla crisi economica si arriva ad enfatizzare il ruolo economico dell'investimento nella formazione linguistica sia nella prospettiva della formazione socio-economica dell'individuo, sia nell'ottica della sostenibilità degli impegni necessari per la collettività.

In questi anni le competenze linguistiche vengono viste come un vero volano per il miglioramento della mobilità e come risposta alle richieste del mercato del lavoro.

Viene svolta una azione per promuovere il plurilinguismo come motore dello sviluppo socio-economico dei cittadini e degli stati e non solo come tutela del patrimonio linguistico e culturale delle popolazioni.

Questo atteggiamento dell'Unione Europea, così fortemente influenzato da valutazioni di tipo economico e finanziario, genera una notevole differenziazione rispetto agli altri organismi preposti alla riflessione sulle politiche linguistiche come il Consiglio d'Europa.

Il Consiglio d'Europa ha sempre sostenuto il valore dell'apprendimento delle lingue straniere per porre al centro dei processi lo sviluppo di una sempre maggiore autonomia da parte di chi apprende.

Il Quadro Europeo delle Lingue intende per competenze plurilingue e pluriculturali la capacità che una persona, come soggetto sociale, ha di usare le lingue per comunicare e prendere parte a interazioni interculturali, in quanto padroneggia, a livelli diversi, competenze in più lingue ed esperienze in più culture.

Conoscere più lingue dunque è necessario perché significa avere più punti di vista per interpretare la realtà e l'esistenza, apprendere a diventare cittadini del mondo nelle forme di partecipazione attiva al processo democratico a livello nazionale ed europeo.

Si insiste, in tutti i documenti, sulla necessità di acquisire competenze linguistiche che rappresentano la capacità di utilizzare diverse lingue in modo appropriato ed efficace allo scopo di comunicare.

L'apprendimento e l'uso, quindi, di più lingue diventa condizione indispensabile di conoscenza e di comunicazione con gli altri e, nello stesso tempo, rappresenta uno strumento irrinunciabile per rafforzare il senso di appartenenza, nella comprensione e nella valorizzazione delle diversità culturali e linguistiche presenti.

La competenza plurilinguistica rappresenta il fulcro dell'idea di uno spazio europeo dell'istruzione. Essa consente una migliore comprensione delle altre culture, contribuendo, in tal modo, allo sviluppo delle competenze di cittadinanza e di democrazia.

Nel processo di globalizzazione che porta a contatto diverse culture, modi di vivere, visioni del mondo, la promozione delle competenze linguistiche riveste una importanza notevole per numerose ragioni: la diversità linguistica del nostro continente è un aspetto sostanziale della nostra eredità culturale, del nostro patrimonio comune, dell'identità europea.

Le scelte politiche delle Istituzioni Europee mirano a promuovere il rispetto e la difesa delle diversità, sia linguistiche sia culturali, e a creare nei cittadini una sempre maggiore consapevolezza di questi valori.

L'Unione Europea, sulla base delle conclusioni del Vertice di Goteborg del 2017 per l'occupazione e la crescita, raccomanda che entro il 2025, tutti i giovani europei che concludono un ciclo di studi superiori, dovranno avere una buona conoscenza di due lingue oltre la propria.

La costruzione dell'Europa dipende sicuramente anche dalle conoscenze linguistiche dei suoi abitanti.

Se vogliamo che i nostri futuri cittadini sappiano vivere in un'Europa multilingue e apprezzare al massimo la grande diversità linguistica e culturale, è necessario che conoscano più lingue.

Lo scopo è quello di preparare giovani e adulti a vivere in una società sempre più multiculturale, nel rispetto dei valori democratici e della coesione sociale. L'apprendimento delle lingue e l'educazione interculturale costituiscono la base per favorire la formazione di nuove identità e l'incontro di culture diverse.

La lingua è nello stesso tempo fonte di identità e mezzo per l'abbattimento dei confini, della comunicazione interculturale, dell'appartenenza multipla. La separazione tra lingue e identità non è pensabile, né sarebbe auspicabile; e la lingua, come fonte di unione interna di mondi separati, se non ci fosse dovrebbe essere inventata.

Parlare lingue diverse significa avere radici e ali, essere originari di molte culture nello stesso tempo, potersi osservare dall'esterno, vivere dia logicamente. In una parola, significa praticare una piacevole poligamia delle lingue. Un'Europa linguisticamente monogama sarebbe un'Europa mononazionale, l'assurdità di una "comunità di autistici" ossia di una comunità incapace di comunicare e di interagire socialmente. Invece, europeizzazione cosmopolitica significa non soltanto parlare una lingua comune (l'inglese), ma amare molte lingue nazionali europee. Se ogni europeo parlasse almeno tre lingue europee, se avesse bisogno dell'alterità degli altri europei come dell'aria per respirare - questa sarebbe un'Europa interiorizzata (perché vissuta nella poligamia linguistica) e cosmopolitica!

Invece, monolinguismo significa avere un occhio solo. Un'Europa nella quale tutti parlassero soltanto una lingua, per esempio, l'inglese non sarebbe un'Europa, o comunque non un'Europa dialogica, cosmopolita.

Oggi questa vocazione interculturale e plurilinguistica trova una sua legittimità anche nelle nuove norme legislative dei vari paesi.

Quali reazioni da parte della scuola

La scuola, nei vari paesi ha cercato e sta cercando di rispondere a queste esigenze. La moderna scuola europea si trova a confrontarsi con una difficile sfida educativa: rendere i propri alunni autonomi nell'uso delle lingue straniere all'interno di reali situazioni comunicative.

Di conseguenza diviene indispensabile staccarsi da metodologie linguistiche focalizzate sulla "correttezza linguistica", sulla "forma" per orientarsi sull'efficace comunicazione di contenuti.

Ci orientiamo, così, all'insegnamento veicolare che rappresenta una delle sfide più recenti della scuola in genere.

Per insegnamento veicolare intendiamo la trasmissione di contenuti non linguistici in una lingua differente dalla propria. In altre parole una qualsiasi disciplina insegnata utilizzando una lingua che sarà nello stesso tempo veicolo di comunicazione e oggetto di apprendimento.

Sono state realizzate, in Europa, numerose iniziative di insegnamento veicolare, anche in forma immersiva.

Oggi l'apprendimento integrato di lingua e contenuti è utilizzato in maniera crescente nelle scuole europee in quanto è ritenuto un modo efficace per potenziare la capacità di comunicazione e motivare gli studenti.

Oggi il Clil, ossia l'apprendimento integrato di lingua e contenuto, rappresenta la forma di insegnamento veicolare attualmente più diffusa e condivisa in Europa.

Questa forma di insegnamento integra l'acquisizione dei contenuti disciplinari con il corretto apprendimento delle lingue.

L'insegnamento veicolare, e quindi anche il Clil, rappresenta il moderno presente ed il futuro dell'insegnamento linguistico europeo con grandi potenzialità sia per la crescita linguistica sia in termini educativi di sviluppo di una reale cittadinanza europea.

Conclusioni. Proteggere il multilinguismo implica la volontà di sostenere non solo le lingue nazionali, ma anche il patrimonio culturale e linguistico costituito dalle lingue regionali e minoritarie.

La lingua, oltre ad essere una componente fondamentale del patrimonio culturale di un popolo, è, soprattutto un elemento che ne caratterizza l'identità. Il plurilinguismo è andato sempre più affermandosi evidenziando la sua importanza nell'investire trasversalmente le problematiche dello sviluppo, dell'occupazione e della competitività economica e quella, non meno importante, a favore del dialogo interculturale e della inclusione sociale.

Bibliografia

1. Commissione Europea, Proposta di raccomandazione del Consiglio su un approccio globale all'insegnamento delle lingue. Bruxelles, 22.5.2018
2. Gazzetta Ufficiale dell'Unione Europea, Conclusioni del Consiglio del 12.05.2009 su un quadro strategico nel settore dell'istruzione e della formazione. Bruxelles, 28.05.2009
3. Mezzadri, M. (2004), Il quadro comune europeo a disposizione della classe. Un percorso verso l'eccellenza. Guerra, Perugia
4. Balboni, P.E. (2014), Una politica di qualità per il plurilinguismo in Europa.

In: Il diritto al plurilinguismo. Milano-Unicopli

5. Jean-Claude Beacco, Il Quadrio Comune di Riferimento per le Lingue, Iprase-Novembre 2017

6. Raccomandazione del Consiglio del 22 Maggio 2019 su un approccio globale all'insegnamento e apprendimento delle lingue in G.U.U.E C 189 del 05.06.2019 pp 15-22

7. Comunicazione della Commissione Europea, Rafforzare l'identità europea grazie all'istruzione ed alla cultura, doc. COM (2017) 673 del 14 Novembre 2017.

**ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ:
КОНЦЕПТОЛОГІЯ, МЕТАФОРОЛОГІЯ, ПАРЕМІОЛОГІЯ,
ЛАКУНІЗАЦІЯ, КРОС-КУЛЬТУРНІ РОЗВІДКИ, МОВНІ
КАРТИНИ СВІТУ, ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ /
LINGUOCULTURAL STUDIES: CONCEPTOLOGY,
METAPHOR STUDIES, PAREMIOLOGY, LACUNOLOGY,
CROSS-CULTURAL STUDIES**

Воробойова О.П.

Київський національний лінгвістичний університет (Київ, Україна)

**ІНТЕРТЕКСТУАЛЬНІСТЬ У КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМАЛЬНИХ
ЗМІЩЕНЬ: ГЕНДЕРНИЙ ЕТЮД**

*Есть тонкие движения души,
которые, спеша, не замечаем,
Но как они порой меняют нас,
и даже мир вокруг преобразуют.*

Владимир Набоков

Парадоксальність сьогодення з його несподіваними і, подекуди, крутими поворотами в усіх сферах суспільного життя примушує замислитися, серед іншого, і над змінами у векторах наукового осмислення світу, яке ми звично пов'язуємо з поняттям наукових парадигм, розвиток яких, на думку Томаса Куна, має революційний характер [8]. Поштовх до

міркувань стосовно специфіки сучасної лінгвістичної епістеми було свого часу надано О.С. Кубряковою, яка вивела перелік основних настанов лінгвістики кінця ХХ ст., включивши до нього експансіонізм, антропоцентризм, (нео)функціоналізм та експланаторність [7, с. 207]. З плином часу і нарощуванням еволюційного складника в парадигмальних змінах цей перелік було розвинено й уточнено в бік панекспансіонізму (міждисциплінарність і історизація мовознавчих та лінгвопоетологічних студій), анти- або контрантропоцентризму (екологізація лінгвістичних досліджень, мовної та текстової онтології) й неоантропоцентризму (технологізація емпіричного матеріалу і методик його аналізу та перенесення дослідницького акценту на енергійні аспекти мови, тексту і дискурсу), неофункціоналізму (у термінах діяльнісного підходу) та неоекспланаторності (дидактизація лінгвістичних дисциплін та наближення до розкриття проблем, що ще певний час тому, здавалося, не підлягали вирішенню) [3, с. 43].

Оцінюючи, багато в чому суб'єктивно, динаміку сучасної епістеми на тлі попередніх парадигмальних зрушень і періодизуючи їх за такими етапами: допарадигмальна доба (холістична епістема), власне парадигмальна доба (епістема гіпотез і методологій – еволюціонізм, структуралізм, функціоналізм, когнітивізм), перехідний період (мозаїкоподібна епістема – *jigsaw paradigm* [там само, с. 44]) і постпарадигмальна доба (синкретико-феноменологічна епістема), доходимо висновку, що гуманітарне сьогодення, долаючи жорсткий сцієнтизм традиційних наукових парадигм у стрибкоподібності їх змін, поступово, через парадигмальну модель епістемного збирання [там само], входить саме в постпарадигмальний період – період «тонкого налаштування» епістеми в між- і трансдисциплінарному вивченні природи складних феноменів. Такий підхід перегукується із культовою для багатьох західних гуманітаріїв і, частково вітчизняних істориків і культурологів, концепцією «семейологічної (симптомної) парадигми» [5, с. 28; 4, с. 217] Карло Гінзбурга, яку він вдало визначив як “*un paradigma idiziario*” (рос. «уликовая парадигма») [4, с. 189 та ін.], тобто

евіденційна парадигма, парадигма натяків, прикмет, підказок, побічних деталей, другорядних розбіжностей.

Суть цієї парадигми, яку можна співвіднести з «ефектом метелика» в теорії хаосу (за Едвардом Лоренцем), рух крилець якого може мати значні і непередбачені наслідки для системи в цілому на будь-якій її ділянці, у тому, що будь-яка дрібничка чи випадковість, будь-яка, на перший погляд, другорядна деталь може бути відбитком великих смислових процесів, які й роблять цю дрібницю можливою і які можуть бути реконструйовані саме за такими побічними ознаками шляхом «миттєвого підсумовування розумових процесів» [там само, с. 226].

Проілюструємо дію цієї парадигми, так само як і синкретико-феноменологічної епістеми в цілому, на прикладі тлумачення явища інтертекстуальності в його гендерному і позагендерному контекстах.

Відомо, що термін «інтертекстуальність», запропонований Юлією Кристевою (1967), певний час був предметом поняттєво-термінологічних пошуків значної кількості дослідників-чоловіків. Над ним билися і М.М. Бахтін (діалогізм, поліфонія), і Ю.В. Томашевський (сходження), і Ю.М. Тинянов (впливи, джерела, традиції, наслідування зразка), і пізніше А.Є. Супрун (текстові ремінісценції) [9, с. 132]. Інтенсивність цього пошуку відзначала і сама Ю. Кристева, стверджуючи, що «у подібному «мовленнєвому зникненні» «суб'єкта» й «об'єктності» («матеріальної» та «ідеологічної») Бахтін угадує щось таке, чому не може знайти імені, угадує стирання самої системи репрезентації. Натякнути на це стирання дозволяють терміни діалогізм і поліфонія – у їх протиставленні монологізму» [6, с. 20].

Проте саме жінці, з її спрямуванням до точності мовних позначень (пор. з філологічно орієнтованим підбором пестливого імені для свого чоловіка героїнею оповідання Вірджинії Вулф “Larrip and Laripova”, Розаліндою [13, с. 262]) і системою швидкого зв'язку між різними центрами мозку, що, завдяки переважанню білої речовини (мієлінових оболонки дендритів), забезпечує ефективне функціонування оперативної пам'яті [11],

вдалося відшукати найвдаліший і найорганічніший термін для такого складного явища як інтертекстуальність.

Показово, що чоловіче і жіноче письмо гендерно нюансовані й у ракурсі художнього втілення інтертекстуальності. Так, попри спільну інтертекстуальну насиченість творів, письменники-чоловіки більшою мірою зорієнтовані на інтертекстуальну експлікованість, метафікційність, додаючи до виявів інтертекстуальності елемент пародійності. Водночас, жіноче письмо схильне до імплікованої інтертекстуальності, до романтизації інтертексту та більшої щільності інтертекстуальних образних рядів (див. також [10]). Цікавим у плані взаємодії гендерності та інтертекстуальності є і інший художньо-анімаційний і мультимодальний вектори, пов'язані із зображенням гендеру персонажів [1; 12].

Подібний, неортодоксальний підхід до інтертекстуальності розкриває одну із граней сучасної синкретико-феноменологічної епістеми, у центрі якої не система гіпотез і методологій, а феноменологія світу в його багатовимірній екзистенції. Серед інших її граней визначаємо такі: 1) зосередженість на феномені *per se* як фокусі триангуляції (комбінування і використання різних методів, підходів, методологій, теорій в одному дослідженні); 2) орієнтація на феномен як лінзу / призму для дослідження інших феноменів і процесів (стосовно інтертекстуальності див. [2]); 3) окреслення феномена в неконвенційному/ парадоксальному баченні; 4) подання феномена в парній/ потрійній репрезентації (наприклад, інтертекстуальність/ інтерсеміотичність/ інтермедіальність); 5) реконструкція феномена в його цілісності з опорою на побічні деталі.

Література

1. Бодрова А.А. 2011. Интертекстуальность и гендер в современной мультипликации. *Acta linguistica*. 5(1): 103–112.
2. Васько Р.В. Интертекстуальність Юлії Крістевої та гіпотетичні зв'язки її теорії з першими типами письма. Доповідь на Міжнародній науково-практичній конференції КНЛУ «Ad orbem per linguas / До світу через мови. Світ як інтертекст», 17-18 червня 2020 р.

3. Воробьёва О.П. 2013. Лингвистика сегодня: реинтерпретация эпистемы. *Вісник КНЛУ. Сер. Філологія*. 16(2): 41–47.
4. Гинзбург К. 2004. Приметы. Уликовая парадигма и её корни. Гинзбург К. *Мифы – эмблемы – приметы: Морфология и история*. Сборник статей : [пер. с ит. и послесл. С.Л. Козлова]. М.: Новое издательство. 189–241.
5. Козлов С. 1994. Методологический манифест Карло Гинзбурга в трех контекстах. *Новое литературное обозрение. Теория и история литературы, критика и библиография*. 8: 27–31.
6. Кристева Ю. 2004. *Избранные труды: Разрушение поэтики*. М.: «Российская политическая энциклопедия».
7. Кубрякова Е.С. 1995. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа). *Язык и наука конца 20 века* : [сб. статей] [под ред. акад. Ю.С. Степанова]. М.: Изд-во РГГУ. 144–238.
8. Кун Т. 1977. *Структура научных революций*. С вводной статьей и дополнениями 1969 г. : [пер. с англ. И.З. Налетова]. М.: Прогресс.
9. Петрова Н.В., Кулакова О.К. 2011. Различные подходы к определению интертекстуальности. *Вестник ИГЛУ*. 2: 131–136.
10. Davis St J. 2002. Crossed Texts, Crossed Sex: Intertextuality and Gender in Early Christian Legends of Holy Women Disguised as Men. *Project Muse. Journal of Early Christian Studies*. 10(1): 1–36.
11. Luerweg F., von. 2020. Die Wurzeln der Intelligenz. Режим доступа: <https://www.spektrum.de/news/warum-sind-manche-menschenintelligenter-als-andere/1728022>
12. Scott, M. 2020. *Gender, intertextuality & market demands: Publishing children's picture books*. Honors theses. University of Tennessee at Chattanooga. Режим доступа: <http://scholar.utc.edu/honors-theses>
13. Woolf V. Lappin and Lapinova. Dick S. (ed.). 1989. *The Complete Shorter Fiction of Virginia Woolf*. 2nd ed. San Diego etc.: A Harvest Book, Harcourt. 261–268.

TYPES OF ONTOLOGIES FOR NARRATIVE-BASED CONCEPTS

(A CASE OF MEDIA NARRATIVES ON COVID-19)

This research is done in the field of cognitive linguistics where the data of language and speech have to be mapped onto a conceptual structure in which the linguistically rendered information is arranged according to a particular pattern. At present, such conceptual structures are associated with ontologies representing “a catalogue of the types of things that are assumed to exist in a domain of interest D from the perspective of a person who uses a language L for the purpose of talking about D” [6]. This understanding of ontologies, first employed in knowledge engineering, is now adopted by various disciplines within cognitive science, such as cognitive psychology, neuroscience, methodology of teacher / learner interaction, etc. [3; 5; 4 among others]. Application of ontologies in language studies develops both linguistic semantics, and the broader field of linguistic semiotics concerned with creation and interpretation of linguistic signs, including narratives, media narratives in particular.

In its narrow (linguistic) sense, a narrative is “a story”, or text about real or fictive events that have a coherent temporal and / or causative sequence. In its broad sense, typical of media studies, a narrative is an arrangement of meaning evoked by a verbal text (Жаботинская 2017:31). This meaning is an integral part of semiosis: in creation of a text by the teller, semiosis evolves in the direction: EXPERIENCED WORLD – ITS CONSTRUAL (the teller’s perception, or image) – STRUCTURED TEXT (a narrative in its narrow sense); in interpretation of a text by the recipient, semiosis proceeds conversely: STRUCTURED TEXT (a narrative in its narrow sense – ITS ARRANGED MEANING (a narrative in its broad sense) – EXPERIENCED WORLD (image of the world construed by the recipient) [7]. In this study, the focus of discussion is the media’s perception of the experienced world, or the verbally rendered image imposed upon the readers. Such

image, termed “a narrative-based concept – NBC”, is retrieved from a bulk of multiple thematically homogeneous texts, and which is a construct emergent from the meaning of a so-called “meta-text” with its referential and relational coherence: it has a limited set of iterated textual referents that exhibit different kinds of relations (a detailed definition of an NBC and the procedure of its analysis is given in [1; 8]).

In this study, similarly to the previous ones done by the author, the linguistically rendered information is considered to be an ontology viewed as thematically coherent whole which has its structural arrangement (this understanding is consonant with Fillmore's classical definition of a frame). Methodology of such arrangement may be different, with one of the options proposed in the theoretical framework termed Semantics of Lingual Networks (for the recent update see [2]). According to the highlights of this conception, (1) information manifested by linguistic units of different levels, from words to texts, is structured with 17 basic propositional schemas that, being differently combined, create various configurations of conceptual networks; (2) a network with covert relations in between its nodes is a matrix; (3) networks and matrices may elaborate their nodes, thus being structured in-depth with the same basic propositional schemas; the levels of structuring are: domains within a particular conceptual space, parcels within domains, thematic chunks within parcels, and individual concepts within thematic chunks; (4) a network / matrix is viewed as a conceptual model when it demonstrates only thematic nodes and their relations (explicit or implicit); a network / matrix is viewed as a cognitive model when it is modified with a cognitive operation (e.g. prominence). Being in line with the above premises, the present study proposes the regular types of ontologies structured as conceptual / cognitive networks (or matrices) that arrange an NBC in different ways compatible with the objectives and goals of the conducted analysis.

It is argued that conceptual / cognitive ontologies can be classified into relational, entity-focused, and event-focused ones. (a) *Relational* ontologies forefront the types of relations in between the actors (nodes). (b) *Entity-focused*

ontologies forefront a particular actor (node) which becomes a target concept, with its relations viewed as subordinate to the target. (c) *Event-focused* ontologies forefront a particular event bounded by time limits and populated by several actors whose properties are particularised with regard to this event. These types of ontologies are interdependent: a relational ontology may be developed into an event-focused ontology, and both of them may be developed into entity-focused ontologies. All three types of ontologies – relational, event-focused, and entity-focused – may have one or several facets. The notion of a facet subsumes the varieties of an NBC created by one and the same narrator within different time spans or within different contexts, as well as the varieties of an NBC created by different narrators, especially those with different mind-sets.

The above proposals are illustrated with different ontologies of the COVID-19 narrative-based concept that includes information featured by the newspaper articles that appeared at the e-platforms of the British mainstream media in January-May, 2020. This NBC, initially structured as a single-facet relational ontology, or network (with the nodes VIRUS, THE INFECTED, THE UNINFECTED, DOCTORS, MEDICATIONS, SCHOLARS, VACCINE, GOVERNMENT, MEDIA that have their entailments), is then restructured into an entity-focused ontology (exemplified by VIRUS concept) and an event-focused ontology (exemplified by QUARANTINE concept). A single-facet ontology is further extended into a multi-facet one with the analysed data differentiated in between several media sources whose narratives are compared with one another. It is maintained that all types of ontologies are applicable in the analysis of linguistic data mapped on different parts of an ontology, and in stratification of the linguistic material to be used in the English classroom.

References

1. Жаботинская С.А. 2017. Нарративные политические концепты: методика лингвокогнитивного анализа // Концепты и контрасты: монография / ред. Н. В. Петлюченко. Одесса: Гельветика, 30–40.

2. Жаботинская С.А. 2018. Генеративизм, когнитивизм и семантика лингвальных сетей // *Doctrina multiplex, veritus una*. Учень багато, істина одна: зб. наук. праць до ювілею Ізабелли Рафіїлівни Буніятової. Київ: Ун-т Грінченка, 99–141.
3. Gavrilova, T.A. and Leshcheva, I.A. 2015. Ontology design and individual cognitive peculiarities: A pilot study. *Expert Systems with Applications*, 42, 3883–3892.
4. Hay, L., Duffy, A. H., McTeague, C., Pidgeon, L. M., Vuletic, T. and Grealy, M. 2017. Towards a shared ontology: a generic classification of cognitive processes in conceptual design. *Design Science*, 3.
5. Poldrack, R. and Yarkoni, T. 2016. From brain maps to cognitive ontologies: Informatics and the search for mental structure. *Annual Review of Psychology*, 67, 587–612.
6. Sowa, J. F. 2001. Building, sharing, and merging ontologies [online]. URL: <http://www.jfsowa.com/ontology/ontoshar.htm>
7. Zhabotynska, S. 2013. Saussure's theory of the linguistic sign: a cognitive perspective. In: *Papers of the International Congress of Linguistics, 20-27 July, 2013, Geneva* [online]. URL: http://www.cil19.org/uploads/documents/Saussure_Theory_Of_The_Linguistic_Sign-A_Cognitive_Perspective.pdf
8. Zhabotynska, S. and Velivchenko, V. 2019. New media and strategic narratives: the Dutch referendum on Ukraine – EU Association Agreement in Ukrainian and Russian Internet blogs. *European Security*, 28(3), 360–381.

Науменко Н.В.

Національний університет харчових технологій (Київ, Україна)

**ЯК ЗРОБИТИ «ФАЛЬШИВИХ ДРУЗІВ ПЕРЕКЛАДАЧА»
СПРАВЖНІМИ? МОЖЛИВОСТІ МІЖМОВНОЇ ОМОНІМІЇ У
ВИВЧЕННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ**

Головною особливістю дослідження міжмовної омонімії є те, що кожне зіставлення певної конкретної пари мов з метою виявлення певних спільних чи відмінних рис є унікальним за своєю суттю, оскільки передбачає врахування їхнього щораз нового ступеню спорідненості, типологічних характеристик тощо. Існує багато й інших специфічних для кожної з порівнюваних мов інтра- та екстралінгвістичних чинників, які при взаємодії на міжмовному рівні приводять до щораз інших результатів.

В дефініціях міжмовних явищ пропонується обов'язкове зазначення конкретних порівнюваних мов. Вчені, які досліджували «міжмовні омоніми» (М Кочерган, Б. Антоненко-Давидович), «часткові інтернаціоналізми» (Фаїна Циткіна), «фальшиві друзі перекладача» (К.Г.М. Готліб) та інші, стверджують, що наявні розбіжності фонетико-графічного та формально-граматичного оформлення паралельних слів у кожній мові є закономірними.

Так, у роботі з міжмовними омонімами варто зважати на явище, яке Фаїна Циткіна визначає як множинність різних варіантів перекладу слова [2, с. 49], додамо також – і різних варіантів його семантичної перцепції. Воно важливе у навчанні англійської мови «з нуля», так само як і в роботі з так званими «несправжніми початківцями». Для цієї вікової категорії непоодинокую є вимова нового слова як написаного кириличними літерами: так, слово «саке» (пиріг) початківці іноді прочитують як «саке» (японський алкогольний напій), слово «baby» (немовля) – як «баби» (старі жінки).

Хрестоматійними прикладами міжмовних омонімів для студентів різних спеціальностей Національного університету харчових технологій стали такі: українське *луна* «відгомін, відлуння» – італійське *luna* «місяць», українське *булка* «круглий білий хліб» – болгарське *булка* «молода, наречена», українське *черствий* «твердий, несвіжий (хліб)» – чеське *cerstvý* «свіжий», українське *магазин* «крамниця» – англійське *magazine* «журнал», українське *комплексія* «будова тіла, статура» – англійське *complexion* «колір обличчя», українське *геніальний* «винятково талановитий» – англійське *genial* «добрий, веселий», українське *академік* «член академії наук» – польське *akademik* «студентський гуртожиток», німецьке *Akademiker* «людина з вищою освітою», українське *артист* «актор, музикант, співак» – французьке *artiste*, англійське *artist* «художник» [1, с. 201], українське *склеп* «поховальна споруда» – польське *sklep* «магазин», українське *композитор* «автор музики» – англійське *compositor* «складальник у друкарні», українське *крам* «товар для продажу» – англійське *cram* «зубріння», українське *акуратний* «охайний» – англійське *accurate* «точний», українське *економія*

«заощадження» – англійське есоному «економіка як галузь суспільного життя».

Водночас міжмовні омоніми, що їх традиційно називають «фальшивими друзями перекладача», можуть стати корисними у дидактичному сенсі – адже в українській мові є слова, що збігаються з ключовими для певного граматичного правила англійськими. Так, нижче наведено пояснення правила утворення вищого ступеня прикметника з застосуванням міжмовних омонімів, оформлене у вигляді слайда PowerPoint:

Більший ніж **more**, світліший ніж **лес***,
або Аналітична форма вищого ступеня

Утворені *афіксальним* способом прикметники (тобто з компонентами -*ant*, -*ate*, -*ent*, -*ous*, -*ive*, -*able*, -*ible*, -*ful*, -*less* etc.) вимагають аналітичної форми ступеня. Для збільшення – слово “**more**”. Для зменшення – “**less**”.

- ✦ *Important* – **more** / **less** important;
- ✦ *Accurate* – **more** / **less** accurate;
- ✦ *Famous* – **more** / **less** famous;
- ✦ *Sensitive* – **more** / **less** sensitive;
- ✦ *Legible* – **more** / **less** legible;
- ✦ *Fruitful* – **more** / **less** fruitful.

* *Лес* (нім. *Löss*) – гірська порода світло-жовтого кольору.

Додатковим матеріалом для такої роботи може служити звернення до Інтернет-ресурсів, у котрих наведено чимало взірців перекладу фраз із фаховою термінологією (наприклад, LiveJournal, де, зокрема, є й такий вислів: *Click here to get more information* – *Клацніть тут, щоб отримати море інформації* [3]).

Подібним чином можливо роз’яснити й спосіб утворення аналітичної форми найвищого ступеня, де головним є слово «most». Оскільки золотим правилом англійської мови є вживання у цьому випадку означеного артикля *the*, слід навести аналогію між допоміжною лексемою «most» і українським

«міст», іншими словами – «наведення мостів» між артиклями та прикметниками початкової форми.

Порівняно нещодавно в українській ужитковій мові закріпилося запозичене слово «презент» – «подарунок». Отже, і ця лексема може стати помічною в поясненні правила утворення та вживання англійських часів групи Present (теперішні), нюанси якого можна трактувати як ситуації вручення подарунків.

Загалом, застосовуючи подібний засіб у поясненні граматичних правил іноземної мови, викладач має доцільно висвітлити студентам усі його стилістичні тонкощі – побутування у мові повсякденного вжитку та художній творчості, значення кожного окремого слова та його омонімічного відповідника в рідній мові. Таким чином створюється мотивація не лише для запам'ятовування правил, а й для самостійної пошукової роботи у напрямі лексикології – навіть для студентів нефілологічного профілю.

Література

1. Кочерган М.П. Вступ до мовознавства. Київ: ВЦ «Академія», 2000. 368 с.
2. Циткина Ф.А. Терминология и перевод (К основам сопоставительного исследования). Львов: Высшая школа, 1988. 157 с.
3. Кормилицын С.В. Голый проводник под вагоном и прочие прелести. URL: <https://serh.livejournal.com/275684.html> (дата звернення 25.10.2020).

Анохіна Т.О., Алексєєва О.М., Ковальчук В. А.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ЛАКУНИ МУЛЬТИКОМПОНЕНТНИХ ОДИНИЦЬ

Сучасна лакунологія має свій власний інструментарій для аналізу лакун, їх ідентифікації та верифікації на різних мовних та конвербальних рівнях [1, 2, 4]. Особливо ємким виявляється шар лексико-семантичних лакун, виявлення яких є не завжди простим процесом.

Щоб зрозуміти деякі концепції на інтуїтивному рівні мусимо навчитися бачити зміни та девіації в декількох вимірах, в лінгвістиці – це своєрідний “четвертий вимір”. Цей термін запозичений нами з метамови Мічіо Кайку [3, с. 86]. В межах лакунології він поєднує очевидні зміни та перебудови на лексичному рівні, а також описує зміни, що відбулися на семантичному рівні, долучає темпоральну складову, тобто виникає своєрідна подорож у часі, що разом і одночасно дає синергетичний погляд на всі зміни та нашарування.

Невловимий зміст перетворення мультикомпонентних одиниць є можливим з огляду на їхню фіксацію у корпусі текстів. Лакуни змісту встановлюються завдяки результату аналізу змін, що відбувалися з лексичними одиницями. У випадку нашої розвідки – *предметом* виступають мультикомпонентні одиниці, а *об’єктом* – їх лексико-семантична та темпоральна реалізація в корпусах текстів.

Вважаємо, що корпусний підхід може запропонувати особливий погляд на зміни та перетворення багатокомпонентних одиниць. Очевидними є перетворення лексичних одиниць, що набувають вторинного та секвелярного значення.

Саме велика кількість матеріалу, що надає корпус текстів, представляє факти про зміну форми та значення багатокомпонентних одиниць. Використовуючи результати аналізу корпусу сучасної американської англійської мови (СОСА) ми встановили, що багатокомпонентні одиниці можуть розглядатися як похідні, або вторинні одиниці, де фактичне значення змінюється або делітується.

Семантичні зрушення розглядаються як вторинні та пост-вторинні зміни. У процесі семантичного відхилення старе значення зміненого мультикомпонентного виразу видаляється, і з’являється абсолютно нова концептуальна одиниця, наприклад: англ. *OXO* (британська англійська) *O’s* та *X’s* походять від англ. *Noughts and Crosses* та у американському варіанті англійської мови вже зазнають девіацій лексичного плану без змін на семантичному рівні: англ. *Tick-tack-toe* (американська англійська) або “*tick-*

tack”, де обидва елемента пов’язані на темпоральному рівні та фіксуються як пов’язані зі грою старовинного Єгипту. Британський вираз англ. *Noughts and Crosses* не фіксується корпусом сучасної американської англійської мови (COCA) [5], однак пов’язаний із попередніми елементами [6].

Описані операції демонструють зміни у світлі зсувів та перетворень, ілюструючи мімесис, коли початкове значення багатокомпонентних одиниць може бути частково модифіковано або видалено.

Зсуви та модифікації відбуваються на всіх рівнях сучасного дискурсу: у художній літературі, академічному та розмовному дискурсі тощо. Оскільки вилучення фіксується на рівні біграм, триграм та інших-грам, розвідка демонструє, що семантична девіація є універсальним явищем, що дає розуміння змін комунікативних, номінативних одиниць та лакун, які інтегруються у єдиному часо-просторовому континіумі.

Таким чином, фактичне значення багатокомпонентних одиниць зазнає постійних модифікацій. Ми бачимо варіації змін та перебудов, зрушень та девіацій: лексичні, семантичні, темпоральні перетворення та їх багаторівневий вигляд, що визначається нами як гіперлакунікон.

Література

1. Дымарский М. Я. Возможна ли онтологическая интерпретация понятия лакуны? / М. Я. Дымарский // Лакунарность в языке, картине мира, словаре и тексте. Межвузовский сборник научных трудов. – Новосибирск : Изд-во НГПУ, 2009. – С. 189-194.
2. Воейкова М. Д. Качественная характеристика лица в русском и немецком языках: заполнение лакун и поиск соответствий / М. Д. Воейкова // Лакунарность в языке, картине мира, словаре и тексте. Межвузовский сборник научных трудов. – Новосибирск: Изд-во НГПУ, 2009. – С. 17-29.
3. Кайку М. Гіперпростір: наукова Одіссея крізь паралельні світи, викревлений простір-час і десятий вимір. 2-е видання / Переклад з англ. Анжела Кам’янець. – Львів: Літопис, 2019. – 400 с.
4. Марковина И.Ю., Сорокин Ю.А. Культура и текст. Введение в лакунологию: [учебное пособие] / И.Ю. Марковина, Ю.А. Сорокин // Москва: ГЭОТАР- Медиа, 2010. – 144 с.
5. The BNC. <https://corpus.byu.edu/bnc/>. Retrieved: 06.10.2020.

6. Corpus of Contemporary American English (COCA) – BYU corpora. URL: <https://corpus.byu.edu/coca/?c=coca&u=15255&k=40>. Retrieved: 18.10.2020

Вінічук Л. С.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

РЕГІОНАЛІЗМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ВЖИВАННЯ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

На сучасному етапі розвитку романського мовознавства дослідження регіональних та територіальних варіантів французької мови, їх лексичних особливостей набуває особливої актуальності.

Вивченню регіоналізмів у французькій мові присвятили свої дослідження відомі вітчизняні та зарубіжні вчені (М. А. Бородіна, В. Г. Гак, В. Т. Клоков, А. А. Сидоров, А. Р. Семів, Є. А. Реферовська), французькі мовознавці (С. Frechet, С. Poirier, Р. Rézeau, G. Straka, G. Tuailions, Н. Walter) та інші.

Загальнодержавною, офіційною мовою на території Франції визнана французька літературна мова. Решта мов мають статус регіональних, за винятком Єльзасу, де державною вважається літературна німецька мова. Протягом багатьох століть державна політика Франції була спрямована на уніфікацію французької мови, згідно якої єдино правильною вважалась мова столиці Франції Парижу та Паризького регіону. Специфічні прояви французької мови на інших територіях називали помилковими, оскільки вони відрізнялися від нормативної, стандартної мови.

Носії регіональних мов (регіолектів) відстоюють свою місцеву (локальну) мову, «*le français local*», наголошуючи на тому, що регіоналізми є засобом етнокультурної ідентифікації, надають мові місцевого колориту

тощо. Г. Вальтер наголошував, що жителі регіонів із задоволенням демонструють свої специфічні слова і вирази [7, с. 187-188].

Досліджуючи сучасний стан французької мови, вчені дійшли висновку, що однією з важливих її характеристик є регіональна (територіальна) варіативність [4, с. 3]. У цьому зв'язку слід зауважити, що близько 15 мільйонів громадян Франції спілкуються на регіональних мовах. Кожен регіон має свої історико-культурні особливості розвитку і в деяких з них, окрім офіційної французької мови, функціонують і регіональні мови (баскська, бретонська, окситанська, корсиканська, фламандська, ельзаська (німецька)). Детальне вивчення територіальної варіативності французької мови розпочалось лише в кінці ХХ століття, коли групою лінгвістів був створений словник регіоналізмів французької мови Франції «Le dictionnaire des régionalismes de France: géographie et histoire du patrimoine linguistique», який був опублікований на початку ХХІ століття, і в якому детально описується лексика різних регіонів Франції [5].

У лінгвістичній літературі термін «регіональна мова», *le français régional*, все частіше дублюється термінами «регіоналізм», «регіолект». Поступово термін «регіолект», який з'явився лише у ХХІ столітті, витісняє термін «діалект», позначаючи регіональну мову в рамках сучасної французької мови [1, с. 119].

Досліджуючи основні характеристики регіональних мов (регіолектів), М. А. Бородіна зауважує, що вони включають в себе «деякі особливості зникаючих діалектів, які в певній своїй частині зливаються із загальнонародною мовою» [2, с. 34-35].

Однією з важливих характеристик регіональних мов вважається їх усне використання і відсутність писемної форми. Розглядаючи особливості вживання регіоналізмів у сучасній французькій мові, В. Г. Гак наголошував, що на відміну від літературної мови вони не мають писемної форми, хоча в деяких випадках є приклади їх писемної фіксації [3, с. 125].

Вчені розглядають регіоналізми як самостійний клас лексики, протиставляючи їх стандартній французькій мові. Ж. Страка наголошував, що регіоналізмами вважаються слова, які не відповідають правилам загальнодержавної французької мови, і які є характерними для того чи іншого регіону [6, с. 38].

Найчастіше «регіоналізми» вживаються для позначення культурних реалій і термінологічних елементів, які зникли в певних мовленнєвих ситуаціях. Стилiстично забарвлені форми мови, що дуже часто використовуються у засобах масової інформації, створюють універсальні умови для функціонування французьких регіоналізмів. Такі лексичні одиниці несуть значне прагматичне навантаження, допомагають журналістам влучно описати ту чи іншу ситуацію, емоційно виразно підкреслити важливі факти та події. В художній літературі регіональна лексика найчастіше вживається з метою надати сюжету твору яскравого, локального колориту. Проте переважна більшість регіоналізмів – це слова, пов'язані з побутом жителів різних регіонів Франції. Як правило, це назви популярних страв місцевої кухні, гастрономічна термінологія тощо.

Іноді регіональна лексика виходить за межі регіону і починає функціонувати на загальномовному, загальнодержавному рівні, що пояснюється розвитком міжрегіональних контактів та туризму.

Проникнення регіоналізмів на загальномовний рівень пов'язане насамперед з його використанням у якості термінологічних елементів у тій чи іншій сфері, наприклад гастрономії, які відомі широкій аудиторії французького населення.

Отже, регіоналізми поповнюють словниковий склад французької мови, в основному за рахунок діалектів, які історично склались на території сучасної Франції. Активне вживання регіоналізмів у певний період на території носіїв тієї чи іншої мови значною мірою сприяє їх збереженню у системі мови.

Література

1. Бородина М. А. Проблемы лингвистической географии / М. А. Бородина. М.: Наука, 1966. – 220 с.
2. Бородина М. А. Диалект или региональные языки / К проблеме языковой ситуации в современной Франции / М. А. Бородина. Вопросы языкознания. – 1982, №5. С. 29-38.
3. Гак В. Г. Введение во французскую филологию / В. Г. Гак. М.: Просвещение, 1986. –512 с.
4. Клоков В. Т. Французский язык во Франции: Особенности социально-территориальной вариативности / В. Т. Клоков. Саратов, 2011. – 127 с.
5. Rézeau P. Dictionnaire des régionalismes de France / P. Rézeau. Bruxelles, Editions Duclot, 2001. – 1140 p.
6. Straka Y. Problèmes des français régionaux / Bulletin de la classe des lettres et des sciences morales et politiques / Y. Straka. Bruxelles, 1983, 5 série, TLXIX, p.38.
7. Walter H. Le français dans tous les sens. P. 1988 – p. 159.

Єленіна З.І.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ВЛАСНА НАЗВА У СИСТЕМІ СУЧАСНОЇ ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВ

Власні назви є особливою категорією, джерелом збагачення лексичної бази мовної системи. Вони мають значний мовний потенціал і саме тому повинні досліджуватися глибше для створення єдиної термінологічної бази. І не лише в суто граматичних інтересах, вони важливі для перекладацької практики і письменницької діяльності.

Французька мова належить до класу аналітичних мов і однією з основних ознак її аналітичної структури є наявність артикля у всіх його різновидах. Власні назви найчастіше вживаються без артикля, оскільки мають прямі зв'язки зі своїм референтом і не потребують додаткового означення. Проте, сьогодні стають досить поширеними інші вживання синтагм з власних назв, які раніше розглядалися як виключення. Приєднання

артикля призводить до нових риторичних ефектів, іноді це явище зустрічається у запозиченнях з інших мов, та у більшості випадків такі власні назви відходять від своєї головної функції єдиного ідентифікатора референта. Поява детермінанта не може вважатися простою трансформацією власних назв у загальні. У будь яких обставинах вони повинні зберігати основні характеристики немодифікованих власних назв.

Особливою ознакою власних назв є те, що вони пишуться з великої літери, не мають детермінанта або утворюються з вимушеним детермінантом - означеним артиклем. Більшість граматик і словників дають наступне визначення власних назв: вони позначають особу, об'єкт, місцевість, але позбавлені лексичного значення (їм не притаманні семантичні відношення синонімії, антонімії) і не мають ознак терміну. В своїй історичній граматиці Брюно Ф., Брюно Ш. підкреслюють, що подібно до вівіски власні назви ідентифікують місце або особу, про яку йде мова, не належать до мовних сімей, є ізольованими мовними одиницями і не перекладаються на інші мови [1, с.104].

Грамматика власних назв вивчалася багатьма лінгвістами і мовознавцями: Арно А., Беневіст Е., Шевальє Ж.-Л., Вагнер Р.Л. Майже всі вони описували власні назви в цілому, їхні роботи спираються на більш деталізовані дослідження іншої групи вчених, таких як М.Н.Гарі-Прійор, М.Ноаї, Ж.Греві, С.Леруа, Ж.Клейбер, які присвятили свої праці граматиці і функціонуванню власних назв з огляду на їх референційний зміст, позицію у реченні, структуру конструкцій.

Так, М.Н. Гарі-Прійор («Модалізація власної назви») досліджує функціонування власних назв з різними детермінантами та визначає чотири основних типи власних назв, спираючись на їх семантико-синтаксичні особливості. Ж.Гревіс та А.Гуз («Нова грамматика французької мови») здійснили загальний опис власних назв, визначивши їхні типові граматичні властивості функціонування в категоріях роду та числа. Ж.Клейбер («Problèmes de référence: descriptions définies et noms propres») приділяє

більше уваги референційному значенню власної назви ніж її семантичному і синтаксичному характеру.

Незважаючи на тривалі пошуки, одностайної думки щодо вживання власних назв з артиклем не існує і до сьогодні. Причиною цього є різні підходи (синтаксичний, семантичний, морфологічний), на яких ґрунтуються концепції різних авторів, а також нечіткість семантичних і прагматичних відмінностей деяких синтаксичних конструкцій. Саме на таку нечіткість розділу між інтерпретацією-прикладом та метафоричною інтерпретацією вказує Сара Леруа у своїй статті «Чи є інтерпретація-приклад першим кроком до метафоричної інтерпретації?» [3, с.89].

Значну роботу в даній галузі провела відома шведська дослідниця Джонасон К. Вона дослідила морфологічні та синтаксичні особливості номінальних синтагм, виділила категорію власних назв з її когнітивною специфікою, приділивши основну увагу фонологічній, графічній та морфологічній сторонам вживання власних назв і присутності означеного артикля [2, с.127].

Очевидно, що дослідження в галузі граматики і семантики власних назв у французькій мові ведуться багатьма науковцями, але невирішених проблем залишається ще немало, оскільки серед дослідників не припиняються дискусії відносно інтерпретацій різних конструкцій власних назв, їх семантичного та практичного вживання у мові. Досі не вирішені питання термінології, не існує загальноприйнятого визначення модифікації власних назв, не вирішене питання класифікації синтаксичних конструкцій. Все це набуває особливого значення при перекладі на синтетичні (українська, російська) мови, в яких відсутні артиклі і зростає необхідність чіткого розуміння значення власної назви у певній конструкції для коректного і адекватного перекладу.

І власна, і загальна назва несуть певний пласт інформації, яка пов'язана з нашим досвідом і пам'яттю, але роблять це різними способами. Уявна презентація, яку створює загальна назва, містить пізнавальну

інформацію і змінюється в кожному конкретному випадку мовлення. Її поняття утворюється шляхом абстрагування від специфічних рис окремих представників виду. Власні назви відносяться до уявних понять, які не відсівають інформацію, а, залишаючись сталими, накопичують її. Можна зустрічати в житті багатьох Дювалей, Дюпонів і Рішарів, але неможливо утворити певну категоризацію спільних рис, притаманних Дювалям, Дюпонам або Рішарам. За прикладом вивіски власна назва вказує на певний, у кожному окремому випадку різний обсяг даних, які містяться у пам'яті.

Власна назва розуміється як окрема, постійна, одинична, індивідуальна, тоді як загальна назва функціонує як множинна, перехідна та еквівалентна.

Але основна відмінність: аби власна назва по праву вказувала на конкретного індивіда, необхідно, щоб вона йому була реально присвоєна актом «лінгвістичного хрещення».

Власні назви є особливою категорією, джерелом збагачення лексичної бази мовної системи. Вони мають значний мовний потенціал і саме тому повинні досліджуватися глибше для створення єдиної термінологічної бази. І не лише в суто граматичних інтересах, вони важливі для перекладацької практики і письменницької діяльності.

Література

1. Brunot F., Bruneau Ch. Précis de grammaire historique de la langue française. Paris : Masson. - 1999. – 591p.
2. Jonasson K. Le nom propre : Constructions et interprétations. Louvain-la Neuve : Duculot – 1994.- 225p.
3. Leroy S. L'emploi exemplaire, un premier pas vers la métaphorisation? Langue française - 2005. - №146. – p.84-89
4. Larousse. Dictionnaire des difficultés de la langue française. (Ed. Tomas A.V., Toro M. – Paris : Larousse. 2007.

МЕТАФОРИЧНИЙ КОНЦЕПТ "VOICE"

(НА МАТЕРІАЛІ П'ЯТИКНИЖЖЯ АНГЛОМОВНОЇ БІБЛІЇ)

Постановка проблеми. Метафорика як на загальному, так і на індивідуальному мовному рівні є виявом складного дискретного когнітивного утворення. Її аналіз дозволяє проникнути в сутність метафоричних концептів (МК) – ментальних структур, які втілюють етнокультурну специфіку метафоричної концептуалізації та репрезентації світу (Г. Вежбицька, Ю.В. Кравцова, О.С. Кубрякова, Л.О. Кудрявцева, З.Д. Попова, Й.А. Стернін та ін.).

Аналіз останніх публікацій. Поняття МК, як тотожного поняттю концептуальної метафори, було введено Дж. Лакоффом та М. Джонсоном для опису когнітивної природи метафори [3, с. 92]. Згідно з їх теорією, концептуальні метафори є стійкими відповідностями між концептуальними доменами (областю джерела та областю цілі), що фіксують і зберігають важливі для певної лінгвокультурної спільноти уявлення. На відміну від концептуальної метафори, МК є "певна абстрактна модель, яка реалізується кожного разу заново за рахунок наповнення новим змістом – метафоричними виразами, що відображають особливості певної етнокультури" [2, с. 112]. Відтак, слідом за Ю.В. Кравцовою вважаємо, що дані поняття не варто ототожнювати.

Значний вклад в розробку методики дослідження та термінологічного виокреслення МК зробили А. Н. Баранов, Ю.В. Кравцова, А. П. Чудинов та інші. Однак, попри активні концептуалогічні дослідження, й дотепер не існує комплексного опису даного ментального утворення.

Метою даної статті є семантико-когнітивний аналіз МК VOICE характерного для текстів П'ятикнижжя англomовної Біблії.

Завдання:

- навести ті важливі положення метафорології, які сприятимуть оптимальному представленню суті МК;
- здійснити поетапний опис змісту МК VOICE на матеріалі текстів П'ятикнижжя англomовної Біблії (The Orthodox Study Bible).

Методологія. Як і концепт загалом, МК представляє собою "квант" конденсованого емоційно пережитого буття, спосіб і продукт пізнання світу. Водночас, МК є своєрідний образно-ментальний конструкт, зміст якого утворюють всі його мовні (узуальні метафори, зафіксовані в тлумачних словниках, та оказіональні метафори, виявлені в процесі вивчення текстів, дискурсів) репрезентанти та асоціати – вербалізовані когнітивні ознаки (їх мовні реалізації), які визначають образно аналогово-асоціативні звязки реалій. Кількість репрезентантів МК (мовних метафор) не фіксована. При втраті образного елемента мовна метафора стає прямим найменуванням, виходить із складу репрезентантів відповідного МК. Зміна репрезентантів веде до зміни зміста МК та його структури, яка визначається значимістю когнітивних ознак метафоричної проєкції в даній етнокультурі. Ядро і зону навколо ядра МК складають найсуттєвіші для носіїв асоціати, що визначається кількісним складом репрезентантів даного концепту, а його периферію – індивідуально значимі когнітивні ознаки. Зрушення в якісно-кількісному складі репрезентантів та асоціатів МК, можуть виявлятися в зміні ієрархії смислів, релевантних для даної етнокультури. Тож, враховуючи сказане вище, можна зробити висновок, що МК є складне образно-ментальне утворення, до складу якого входять одиниці вербального і невербального рівней і яке структурується залежно від ієрархії смислів, релевантних для даної етнокультури [2; 3; 4].

Результати. Як показав аналіз метафорики Книг П'ятикнижжя, найпродуктивніше моделювання індивідуально-авторської метафоричної картини здійснюється в межах мегамоделей з мегасферою-джерелом "Людина" [1, с. 105]. При цьому МК VOICE "голос" виявляє себе як один з

базових МК. Згідно розробленої Ю.В. Кравцовою методики аналізу МК, зміст МК VOICE "голос" формують наступні репрезентанти та асоціати:

1. Семантичний рівень: 1) узуально-метафоричний рівень: не виявлено; 2) okazіонально-метафоричний підрівень: *voice, called, cries out, said, told, say(s)ing, spoke(n), speak(ing), word(s), proclaimed*;
2. Когнітивний (асоціативно-метафоричний) рівень: 'Сам Господь', 'Господнє слово', 'спосіб реалізації', 'знаходити відгук, 'виявлення почуттів та думок', 'називати, давати ім'я', 'покликати до життя, творити', 'виразити щось; промовити вголос', 'вголос, так, що можна чути', 'гучний', 'голосний пронизливий', 'передавати думки, точку зору, емоції вголос'.

Ранжування виявлених когнітивних ознак (асоціатів) дозволило виявити наступне: 1) ядерна зона: асоціати з кваліфікаторами "виявлення об'єкту: ('реалізація')" – 89,5 %; 2) приядерна зона: не виявлена; 3) периферійна зона: асоціати з кваліфікаторами "звук: сила звука" – 7%, "динаміка: 'дія' – 2,5%.

Як бачимо, структура МК VOICE організована наступним чином: 1) ядерна зона включає асоціати з кваліфікаторами "виявлення об'єкту: 'реалізація'"; 2) приядерна зона: не виявлена; 3) периферійна зона: "звук: сила звука", "динаміка: 'дія'".

Таким чином, у результаті аналізу МК VOICE було встановлено структуру і описано зміст даного МК. Частіше за все спостерігаються метафори *saying, said, speak(ing)*. У межах даного дослідження вважаємо перспективним дослідження інших базових МК Книг П'ятикнижжя.

Література

1. Ізюмцева Г. В. Типи метафоричних моделей у сакральних текстах П'ятикнижжя англomовної Біблії / Г. В. Ізюмцева // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 9 : Сучасні тенденції розвитку мов. - 2017. - Вип. 16. - С. 102-113.

2. Кравцова Ю. Репрезентация метафорического концепта "птица" в русской литературе / Ю. Кравцова // Науковий вісник Херсонського державного університету". Сер. : Лінгвістика. - 2013. - Вип. 18. - С. 111-117.

3. Кравцова Ю. В. Метафорическое моделирование мира в художественном тексте: семантико-когнитивный анализ / Юлия Валентиновна Кравцова. – К.: Изд-во НПУ им. М. П. Драгоманова, 2014. – 320 с.

4. Lakoff, G., Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live by*. Chicago: The University of Chicago press.

5. The Orthodox Study Bible / The St. Athanasius Academy of Orthodox Theology. – Nashville, TN: Thomas Nelson, 2008.

Дермель Н.М., Габрик В.Г.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ЛАКУНИ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ЗБАГАЧЕННЯ СЛОВНИКОВОГО ЗАПАСУ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Один з найактуальніших напрямків розвитку методики викладання іноземних мов на сучасному етапі пов'язаний з прискіпливою увагою до проблем міжкультурної комунікації, з посиленням акценту на вивчення національних культур та особливості національного сприйняття навколишньої дійсності. Успіхи, яких можна досягти завдяки застосуванню сучасних методик навчання, пов'язаних з розширенням мовно-культурного світогляду студентів, сприяють розвитку та підтримці їх позитивного відношення до вивчення іноземної мови, що поліпшує навчальний процес у цілому.

Іншомовний навчальний текст, який визнаний в сучасній методиці головною одиницею навчання, майже завжди містить лінгвокультурні компоненти, як свідчення специфічної національної картини світу, відображеної в мові, що вивчається.

З точки зору науково-методичного опису іншомовного тексту, такі компоненти складають лінгвокраїнознавчий аспект, який принципово відрізняє іншомовний навчальний текст від будь-якого іншого навчального тексту.

Для аналізу цього аспекту доцільним є використання запозиченого з етнопсихолінгвістики поняття *лакуна*, оскільки саме за його допомогою можна найбільш ефективно описати національні особливості однієї лінгвосоціокультурної системи у порівнянні з іншою.

В методичній організації навчального процесу в першу чергу викликають цікавість мовні лакуни, аналіз, опис та класифікація яких вже були широко представлені лінгвістами Ю.О. Сорокіним, Є.Ф.Тарасовим, Ю.С. Степановим та іншими.

Сучасні дослідники визначають лакуни як національно-специфічні елементи культури, що знайшли відповідне відображення у мові та мовленні її носіїв [2, с. 5]. Ці елементи розуміють лише частково носії іншої лінгвокультури в процесі комунікації. Через це розрізняють різноманітні типи лакун: культурологічні, текстові, лакуни фонових знань, поведінкові та мовні. Таким чином, через таку різноманітність, лакуни можуть зустрічатися майже на всіх рівнях текстової структури: функціонально-змістовому, інформаційно-змістовому, логіко-структурному та мовному.

Відомо, що конкретна мовна лакуна актуальна, зазвичай, тільки для двох мов, що зіставляються, оскільки вона відображає розбіжність однієї мовної системи по відношенню до іншої та прямо або опосередковано пов'язана з особливостями мовної картини світу одного народу в порівнянні з іншим.

Якщо взяти до уваги різноманітні варіанти структури мовних невідповідностей, лакуни поділяють на 3 великі групи:

1) однокомпонентні, що відображають відсутність в одній з мов слова або поняття, яке присутнє в іншій мові. Вони можуть поділятися на абсолютні лакуни, що пов'язані з дійсною відсутністю мовної одиниці та відносні, що виділяються на основі порівняння кількості та актуальності використання одиниці однієї мови в порівнянні з іншою мовою.

2) двокомпонентні, що відображають наявність в обох мовах семантично неповних (а також складних) або розбіжних по формі відповідностей (тобто відсутність очікуваних значень або форми)

3) багатокомпонентні (векторні), що представлені в обох порівнюваних мовах трьома або більше одиницями, понятійні об'єми яких не співпадають [1, с. 10].

Понятійні абсолютні лакуни характеризуються відсутністю в одній з мов поняття, котрим оперують представники іншої лінгвокультурної спільноти і яке є для них звичним, викликаючи стійкі асоціації та уявлення, а також слугує своєрідною точкою відліку в різних судженнях та оцінках.

Серед понятійних абсолютних лакун можна виділити одиниці, що відображають загальні, концептуально значущі поняття та одиниці, які відображають поняття країнознавчого характеру, пов'язані зі специфікою побутових, культурних, історичних, соціальних або політичних реалій життя одного з народів. Приклад концептуально значущих це – *інтелігентність, самолюбство, завзятість*. Етнографічних – *борці, більшовик*.

Лексичні абсолютні лакуни виникають в результаті відсутності в одній з мов конкретного слова для найменування розповсюдженого в обох культурах поняття або явища: *іменинник, тезка, окріп, встигати, кататися, поїти, займатися*.

Лексико-граматичні лакуни виникають у результаті наявності в одній мові таких граматичних категорій, що впливають на лексичне значення мовних одиниць та роблять їх лексичними лакунами в інших мовах. Безумовним прикладом таких лакун є дієслова, що формуються за допомогою афіксів: *штовхнути, поспати, посидіти, закрити*.

Грамматичні лакуни з'являються як наслідок відсутності певних синтаксичних конструкцій та граматичних категорій і засобів в одній мові при їх наявності в іншій, а також характеризуються своєрідним способом передачі того чи іншого граматичного значення.

Стилістичні лакуни вирізняються ознакою відсутності в одній з мов такого еквіваленту лексичному або граматичному засобу іншої мови, що мав би аналогічне стилістичне або емоційно-експресивне забарвлення. Прикладом слугують синтаксичні конструкції з модальними частками *невже, адже, же* тощо.

Також слід відмітити наявність семантичних лакун. Вони проявляються у нетотожності значень різномовних слів, які нерідко перекладаються як еквіваленти. Наприклад, *рутина* та *der Schlendrian*; *амбіція* та *die Ambition* не є еквівалентами, так як в українській та німецькій мовах (як відображення свідомості їх носіїв) у цих слів різні конотації.

Отже, говорячи про розподіл лакун у навчальному матеріалі, необхідно відзначити, що основна концентрація присутності лакун припадає на середньо-високий і високий етапи навчання іноземної мови. Більш того, саме на цих етапах, коли знижується складність оволодіння граматичною системою, з'являється можливість формування у студентів філософського погляду на мову як на специфічне відображення національно-культурних реалій.

Література

1. Сорокин Ю. А. Теория лакун и оптимизация межкультурного общения/ Ю. А.Сорокин// Единицы языка и их функционирование/.- Саратов, 1998. –С.4-18.
2. Сорокин Ю. А., Марковина И. Ю. Опыт систематизации лингвистических и культурологических лакун: Методологические и методические аспекты.//Лексические единицы и организация структуры литературного текста: Сб.науч.трудов.- Калинин, 1983.- С. 35-52.
3. Швачко С. О. До питання про лакунарність у мові та мовленні//Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Серія «Філологічні науки. Мовознавство». 2011. №4. С.119-121.

ЛЕКСИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УТВОРЕННЯ СУЧАСНИХ НАЗВ БРЕНДІВ

Реалії сучасного світу складаються таким чином, що словниковий склад мови постійно оновлюється та доповнюється завдяки неологічним одиницями з різних галузей знань, що накопичуються людством про навколишнє середовище. Розвиток ринкової економіки призвів до справжнього «неймінгового вибуху», з'являються нові підприємства, компанії, фірми, товари, для яких потрібно створити власну та індивідуальну назву [5].

Метою нашого дослідження є аналіз низки методів, що використовуються при утворенні назв компаній та торгових марок.

Об'єктом дослідження є назви відомих торгових марок, а предметом – лексичні способи їх утворення.

Назва компанії – це як ім'я, яке дається людині при народженні і супроводжує його все життя. Дуже важливо дати таку назву, яка привертає увагу і відповідає певним критеріям, а саме: легко читається і сприймається на слух; запам'ятовується і без зусиль відтворюється по пам'яті; викликає потрібні асоціації; апелює до позитивних емоцій, спогадів, відчуттів; несе в собі набір цінностей, близьких цільовій аудиторії [1].

Якщо більш детально розібратися в сфері неймінгу то стає зрозуміло, що для того щоб виділитися на ринку серед конкурентів не потрібно вигадувати щось неймовірне та фантастичне. Насправді, чим простіше і зрозуміліше для споживача назва, тим краще.

На даний момент існує безліч простих способів придумати унікальну назву для бренду. Серед них розрізняють: назви, створені з імені засновника компанії, назви, створені за допомогою комбінування слів, алітерації,

звуконаслідування, звуконаслідування та алітерації, назви-абревіатури, назви, утворені за допомогою метода аналогії [2].

Розглянемо методи, перелічені вище та приклади їх застосування більш детально. Назва створена з імені засновника компанії (в основі якої лежить ім'я або прізвище засновника компанії) є одним з найпоширеніших способів неймінгу. Головною умовою застосування цього методу є не абсурдність звучання і не повторюваність вже наявних. Наприклад, відоме прізвище дизайнера *Тома Форда* - *Tom Ford* - не завадило йому в просуванні власного бренду. Він лише доповнив назву ще й своїм ім'ям [4].

Метод комбінування слів є часто вживаним. Наприклад, назва всесвітньо відомого бренду спортивного одягу *Adidas* була отримана саме таким способом. Засновника компанії звали *Адольф Даслер*, в колі друзів і знайомих його називали Аді (Аді Дас). Тож, ця назва є яскравим прикладом саме такого методу [4].

Приєм алітерації заснований на поєднанні ритму і рими. Його суть полягає в повторенні одного або декількох звуків. Наприклад, назва компанії *Motorola* є поєднанням співзвучних слів. За однією з версій це похідне від «*motor*» - *автомобіль* і «*ola*» - *звук*. Словосполучення вийшло простим і доступним для вимови, як на Заході, так і на Сході [3].

Розглянемо метод звуконаслідування, який безпосередньо працює на користь бренду. Це умовне відтворення звуків природи і звучань, що супроводжують деякі процеси. Використання в назві торгової марки слів, які можуть передати необхідні якості товару або позитивно впливати на бренд, тому що такий спосіб пригортає до себе увагу потенційних клієнтів. Прикладами можуть бути: соціальна мережа *Twitter*, в словнику це слово визначається як «*to talk about unimportant and silly things, usually very quickly and nervously in a high voice*» (говорити про щось не важливе дуже швидко, та нервово на підвищених тонах) та «*(of a bird) to make a series of short, high sounds*» (ряд коротких, високих звуків, що видають птахи). Ці значення повністю відображають суть соціальної мережи, яка носить назву *Twitter* [6].

Наступний приклад - це – назва торгової марки прохолодних напоїв *Schwepps*. При її створенні було використане звуконаслідування *Schhhh*, що схоже на шипіння бульбашок газу всередині пляшки.

Розглянемо змішаний метод звуконаслідування та алітерації. *Bla Bla Car* – найбільший в світі, міжнародний онлайн-сервіс пошуку автомобільних попутників. «Бла-бла-бла» – це імітація розмови ні про що, яка поєднується зі словом «машина» і в підсумку звучить як *Bla Bla Car*. Ця назва є незвичною, і, водночас, зрозумілою для пересічних представників всіх лінгвокультур. Цей приклад можна віднести до застосування методів звуконаслідування та алітерації.

Розглянемо методи утворення назв-абревіатур. Назви-абревіатури часто зустрічаються у брендів, які працюють на міжнародних ринках, наприклад: *BMW*, яка має повну назву *Bayerische Motoren Werke AG*, *NASA*, чия повна назва звучить як *National Aeronautics and Space Administration*. Ці назви є всесвітньо-відомими для представників будь-яких лінгвокультур, незважаючи на те, що утворені вони в німецькій та англійській мові, відповідно [3].

Розглянемо метод аналогії, яскравим прикладом якого є *Amazon.com* – сайт заснований Джеффом Безос, який він позиціонує як «магазин всього». Вибір назви зумовлений значенням слова «Амазонка». Річка Амазонка – найбільш екзотична і незвичайна річка в світі, і Безос планував зробити свій магазин найбільшим в світі. В результаті використовуючи метод аналогії він ні разу не пошкодував про свій вибір [4].

Розглянувши методи, зазначені вище, доходимо висновку, що створення назви бренду не є спонтанним процесом, це копітка робота що вимагає професійних знань. Розроблений неймінг повинен відповідати всім фонетичним і семантичним вимогам. Назва мусить мати позитивну семантику не тільки в рідній мові, та має бути конкурентною, естетичною, ідейною та зрозумілою для цільової аудиторії. Але, нажаль, якою б

ідеальною назва не була, її можна легко зіпсувати якістю сервісу, продукції або іміджем.

Література

1. Вегенер Ю. С. Неймінг в системі формування і просування бренду / Ю. С. Вегенер // Науковий вісник. - 2012. - № 1-105.
2. Елістратов В.С., Піменов П. А. Неймінг. Мистецтво називати. - М.: Омега-Л, 2012. - 304 с.
3. Євдокимова, К. В. Технологія неймінга / К. В. Євдокимова, І. Р. Кандаурова. - Текст: безпосередній // Молодий вчений. - 2015. - № 11 (91). - С. 826-828
4. Кумінська, Я. А. Особливості неймінгу в формуванні бренду компанії / Я. А. Кумінська, Е. О. Криворотько. - Текст: безпосередній // Молодий вчений. - 2014. - № 21 (80). - С. 360-363.
5. Панкрухин А. П. Бренди та брендинг. Глава 1 // Практичний маркетинг. 2011. № 04 (170). - С. 4-15.
6. LDCE – Longman Dictionary of Contemporary English. URL: <https://www.ldoceonline.com/dictionary/twitter>

Тарасюк А.М.

Білоцерківський національний аграрний університет

(Біла Церква, Україна)

RENDERING STYLISTIC PECULIARITIES OF SYNTACTIC CONSTRUCTIONS IN JANE AUSTEN’S PROSE IN UKRAINIAN TRANSLATIONS

An attempt has been made to define characteristic features of syntactic constructions in Jane Austen’s prose and the ways of rendering them in Ukrainian translation taking into account divergent and convergent features of syntactic constructions in English and Ukrainian languages.

All the various and complicated definitions of style boil down to the basic understanding of the phenomenon as the best words in the best order used by a writer to express his feelings, emotions and individuality. The notion of the

individual style is a further detalization of the general term with the emphasis on the creativity and individuality, the unique combination of language units, expressive means and stylistic devices which make the writer's works or even utterances easily recognizable.

Jane Austen's manner of writing is noted for a combination of superb characterization, sophisticated plotting, a dry and ironic wit, comic satire, and romance in a formula that has proven both durable and highly successful. Her intricate detail outlines human behavior precisely and accurately [2, p. 33-34].

Syntax plays a major role in the uniqueness of J. Austen's style. It is here that her stylistic "handwriting" is easily spotted. Austen is most renowned for her development of free indirect speech where the thoughts and speech of the characters mix with the voice of the narrator. Austen uses it to provide summaries of conversations or to compress, dramatically or ironically, a character's speech and thoughts. A special feature of her style is the usage of long complex-compound, compound, and complex sentences to describe images of her characters, their feelings, relations, their behaviour or events which happen with her heroes. Another facet of the author's individual style is the usage of short simple sentences, questions and answer pairs, and rapid exchanges between characters in their conversations [1].

It is a complex-compound sentence (1) the parts of which are united by a single theme and each part of this complex-compound construction has its own clear cut intonation which is so characteristic of Jane Austen. This unique rhythm and intonation are created by the EM: the repletion of "so" + adj. (adverb) together with the repeated inversion "were they" add to the expressiveness and the effect of gradation which is resolved in sentence which follows. The next subject clause placed before the principle clause again create a certain inversion which gives additional strength to the rhyme of the utterance "*seemed one of those extraordinary bursts of mind which do sometimes occur*".

(1) In each letter he had spoken well of his captain; but yet, so little were they in the habit of attending to such matters, so unobservant and incurious were

they as to the names of men or ships, that it had made scarcely any impression at the time; and that Mrs. Musgrove should have been suddenly struck, this very day, with a recollection of the name of Wentworth, as connected with her son, seemed one of those extraordinary bursts of mind which do sometimes occur [J. A.; p.11].

In the Ukrainian translation this expressive syntax and intonation are levelled. Everything sounds very matter-of-factly and the intonation is quite different:

В обох його листах були схвальні відгуки про свого капітана, але батьки не мали звички звертатися до подібних тем, судна й моряки мало їх цікавили, і тому навряд чи вони звернули тоді увагу на судження Діка; і те, що в той самий день місіс Мазгроув раптом згадала ім'я капітана Вентворта, пов'язане з її сином, справді здавалося одним із тих дивовижних осяянь розуму, що іноді з нами трапляються [Т. Ш.; с.64].

There is no trace of inversions and repetitions and it's the main reason why the expressiveness of the translation has suffered considerable losses. We are of the opinion that it is essential to render the above mentioned repetition and inversion for they receive the lion's share of the expressiveness of the original and the individual style of the J. Austen. A more adequate translation could be the following:

У кожного з його листів були схвальні відгуки про свого капітана, однак настільки мало зверталися вони до подібних тем, настільки чужими і нецікавими були для них імена моряків і кораблів що на той час це справило на них зовсім мале враження.

The broader sentences seem to be more appropriate for describing the characters personalities because J. Austen characterizes them not only lexically but also syntactically - a situation when syntax itself is "speaking". Here is an eloquent example:

(2) *She had a cultivated mind, and was, generally speaking, rational and consistent; but she had prejudices on the side of ancestry; she had a value for*

rank and consequence, which blinded her a little to the faults of those who possessed them [J. A.; p.2].

Mrs. Elliot is characterized by the author as rational and consistent in other words she likes everything to be orderly and matter-of-fact. This rationality orderliness and consistency is expressed also syntactically. A three-part division of the sentence, each of which begins with anaphoric phrase “she had”. This correct and measured syntactical structure is meant to underline her correctness and rationality.

In the translation this correctness and rationality is considerably lost for partition of the sentence and the anaphoric repetition are not fully preserved.

The closer analysis of this parcellation has made it possible to ascertain that in the overwhelming majority of examples the latter is detrimental to the expressiveness and stylistic faithfulness of the target text. The change of the sentence structure in the translation often leads, among other things, to changes in tempo and rhythm of the source text. This deviation in the syntactical structure is all the more strange if one takes into consideration the isomorphism of the compound-complex constructions in English and Ukrainian.

On the other hand, the rendering of simple sentences in the Ukrainian translations is characterized by a very high degree of stylistic approximation.

References

1. Benedict, Barbara M. “Sensibility by the Numbers: Austen's Work as Regency Popular Fiction”. *Janeites: Austen's Disciples and Devotees*. Princeton: Princeton University Press, 2000. 223p.
2. Brownstein, Rachel M. “Northanger Abbey, Sense and Sensibility, Pride and Prejudice”. *The Cambridge Companion to Jane Austen* Eds. Edward Copeland and Juliet McMaster. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – p. 32–57
3. Burrows, John F. “Style”. *The Cambridge Companion to Jane Austen*. Eds. Edward Copeland and Juliet McMaster. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. – p. 170–188
4. Proshina Z. *Theory of translation. (English and Russian)*. Vladivostok: Far Eastern University Press : 2008. 233p.

References of illustrative material

1. Джейн Остін Гідність і гонор / Джейн Остін, переклад з англійського Т. Некряч – К.: Країна мрій, 2011 – 368с.
2. Джейн Остін Доводи розсудку / Джейн Остін, переклад з англійського Т. О. Шевченко – Харків: Фоліо, 2009. – 318с.
3. Jane Austen Pride and Prejudice / Jane Austen – СПб.: КАРО, 2010. – 480с.
4. Jane Austen Persuasion / Jane Austen – Електронний ресурс <http://litru.ru/>

Калинич І.Й., Шумнеґра О.Р.

Ужгородський національний університет (Ужгород, Україна)

СПЕЦИФІКА ПЕРЕКЛАДУ РЕАЛІЙ НА ПРИКЛАДІ СЛОВА «КАВАЙ»

Кожна мова відображає свою, властиву тільки їй, картину світу і тому має щось таке, чого немає в іншій. Усе це інколи спричиняє серйозні проблеми перекладачам і змушує говорити про неможливість перекладу окремих виразів однієї мови іншою. У зв'язку з цим важливе місце в теорії перекладу посідає проблема неперекладності, лакуарності, безеквівалентної лексики та реалій.

У даному дослідженні ми проілюструємо цю проблему на прикладі слова 'kawaii', яке позначає чи не найвідоміший японський культурний феномен останніх десятиліть, який активно експортується в світову масову культуру.

Проблему неперекладності порушував Дж. Кетфорд ще у 1965 році. Він розрізняв мовну та культурну неперекладність та стверджував, що мовна неперекладність зумовлена різницею між мовою-джерелом та мовою перекладу, тоді як культурна неперекладність зумовлена відсутністю у цільовій мові ситуативних особливостей, які є релевантними для мови-джерела. Власне, Дж. Кетфорд писав, що тексти й одиниці мови-джерела є

більш-менш перекладними, а не абсолютно перекладними чи неперекладними [5, с. 93-94].

У наш час загальноприйнятою є думка, що переклад – це можливе і здійсненне завдання, і такого поняття як «неперекладність» не існує.

Сучасне перекладознавство і суміжні науки роблять акцент на історичній, соціальній та національній співвіднесеності мовних одиниць з явищами певної культури. Це не суперечить перекладності, оскільки «загальний арсенал зафіксованого в лексиці пізнаного буття переважно збігається в усіх розвинених сучасних мовах, хоча лексична конкретизація дійсності...у різних мовах відбувається по-різному» [2, с. 38]. Певні прогалини, неспівпадіння називають лакунами. Культурологічні лакуни, що зумовлені особливостями національної ментальності й культури, називають реаліями.

Чи не найбільш детальну класифікацію реалій запропонували Влахов С. та Флорин С. [1, с. 50]. Вони виділяють категорію «мистецтво і культура» (музика й танці, музичні інструменти тощо, фольклор, театр, а також «інші мистецтва й предмети мистецтва») [1, с. 53]. Ці ж автори розрізняють національні реалії (об'єкти, що належать певному народу, проте є чужими за його межами), регіональні (ті, що вийшли за межі однієї країни та стали частиною лексики інших мов) та інтернаціональні (які є в лексиці багатьох мов, що зафіксовано в словниках, і в той самий час зберігають своє національне забарвлення) [1, с. 60].

У цьому розумінні слово «kawaii» стало інтернаціональною реалією. У 2014 році воно було включене до словника Collin's Dictionary. І хоча до нових українських словників це слово ще не увійшло, воно вже набуло поширення в соцмережах і медіа.

Як відомо, серед труднощів передачі реалій при перекладі виділяються дві: 1) відсутність в мові перекладу відповідності (еквівалента, аналога) через відсутність у носіїв цієї мови позначуваного реалією референта і 2)

необхідність, поряд з предметним значенням реалії, передати і її колорит (конотацію) [1, с. 79]. У даному випадку маємо справу з другою проблемою. В такому випадку варто надати перевагу транскрипції над перекладом. Саме так це слово почало входити до вітчизняного медіа- та інтернет-простору. Більш раннім є варіант «кавай», який є, очевидно, транскрипцією англійського «kawaii». В англійській це слово є як іменником, так і прикметником [6]. Проте «кавай» поступово витісняється варіантом «кавай», який легше адаптується в українській мові як іншомовний іменник чоловічого роду і з якого утворилися похідні «кавайний», «кавайність» тощо. Зокрема, сайт «Словотвір. Майданчик для перекладу запозичених слів» включає слово «кавайний» з кількома варіантами перекладу, найбільш уподобаним з яких є «гарнющій», а іншими варіантами є «милий», «миленний» та «файний» [4]. Враховуючи, що це слово знайоме більшості покоління «міленіалів» завдяки аніме, його сленговими відповідниками могли б також бути «няшний» чи «мімімішний».

Проте японський «кавай» містить у собі значно більше сенсу, ніж просто «милий». Життя в сучасній Японії є поєднанням суворості і формальної культури праці з культом ввічливості. Кавай – це спосіб уникнути стресу й надзвичайного тиску на роботі та в школі, а також самовиразитися за допомогою одягу, мистецтва та способу життя. У книзі «Теорія каваю» семіотик, літературознавець і дослідник культури Інухіко Йомота вказує на те, що кавай в сучасній Японії є не тільки предметом естетики, а й специфічною етикою. Бути кавайним означає не приносити шкоди, бути безпечним, милим і турботливим. [3, с. 3]

Отже, «кавай» є надзвичайно складним поняттям і важливим культурним феноменом, який здійснює вагомий вплив на світову масову культуру. На нашу думку, переклад методом транскрипції є адекватним, оскільки передає інтернаціональну сутність цієї реалії і водночас зберігає її національне забарвлення. Прогнозуємо включення цього слова до нових українських словників. На нашу думку, класифікацію реалій слід осучаснити,

включивши до неї розділи «масова культура»/«молодіжна субкультура» як підрозділи категорій «культура»/«соціальні явища».

Література

1. Влахов С., Флорин С. Непереваемое в переводе. – М.: Международные отношения, 1980. – 383 с.
2. Зорівчак Р.П. Реалія і переклад. На матеріалі англomовних перекладів української прози. Львів: Вид-во при Львівському університеті. 1989 р. – 218 с.
3. Инухико Ёмота. Теория каваяи. «Новое литературное обозрение», 2018, 216с.
4. Словотвір. Майданчик для перекладу запозичених слів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://slovotvir.org.ua>
5. Catford J.C. (1965). A Linguistic Theory of Translation. Oxford University Press, 103 p.
6. Collins Online Dictionary. Retrieved from: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/kawaii>

Чевелюк М.В.

*Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова
(Київ, Україна)*

ПОРІВНЯННЯ ТА МЕТАФОРИ У ПЕРЕКЛАДІ НА ІНШУ МОВУ

Порівняння та метафори - це дві форми образної мови, які дуже добре знайомі в літературних творах.

Одним із факторів, що викликають деякі загальні проблеми, з якими стикаються перекладачі при перекладі порівняння та метафори, культурна різниця між мовою джерела та мовою перекладу. Тому перекладачі застосовувати певні стратегії або процедури для виявлення еквівалентності порівнянь та метафор у мові. У новелі "Два види" можна побачити, що Емі Тан також використовує кілька аналогій і метафори. Для студентів - перекладачів у класі літературного перекладу є складним завданням перекласти порівняння та метафори в "Двох видах" на індонезійську.

Порівняння і метафора все ще цікаво для вивчення і завжди буде складним завданням для аналізу. Вони зустрічаються не лише в літературному тексті, а також у текстах інших жанрів. У перекладознавстві переклад порівняння та метафори часто вивчалися через їх особливості у складі образної мови [1, с.45].

“Два види” - цікава новела який був обраний як один перекладацький проект у клас художнього перекладу. Ця коротка історія має деякі порівняння та метафори, які мають виникли труднощі, з якими студенти могли впоратися в Росії завершення проекту перекладу.

Порівняння та метафора є подібними у багатьох аспектах, але все ж можуть виділятися особливо за формою речення та використанням деяких сигналізованих слів або фраз.

Існує багато способів перекладу метафори та порівняння. В ідеалі - їх слід перекладати, використовуючи еквівалент метафори або порівняння у мові на яку перекладається текст.

Однак знайти не так просто еквівалентну метафора на мові перекладу, тому перекладачам потрібні деякі техніки, стратегії або процедури їх перекладу.

Журнал мови та літератури, XI / 2. 109 Ларсон (1984: 254) запропонував п'ять способів перекласти метафору та / або порівняння:

1. Метафора може зберігатися, якщо мова дозволяє (тобто, якщо це звучить природньо і правильно розуміється читачеві);
2. Метафору можна перекласти як порівняння;
3. Метафора, що має однакове значення можуть бути замінені;
4. Метафора або порівняння може зберігатися і пояснене значення;
5. Значення метафори або порівняння може бути перекладено без збереження метафоричного образу [1, с. 45].

Ньюмарк (1988) запропонував сім процедур при перекладі метафори і порівняння:

- 1) Відтворення того самого зображення в TL;

- 2) Замінити зображення в SL на а стандартне зображення TL;
- 3) Переклад метафори порівнянням;
- 4) Переклад метафори або порівняння порівнянням та за змістом;
- 5) Перетворення метафори в сенс;
- 6) Видалення;
- 7) Та сама метафора в поєднанні зі смислом [2, 18].

При перекладі більшість студентів мають певні труднощі в тлумаченні та визначенні структури речень. Через це треба намагатися передати метафори на більш ідіоматичний вираз у тексті мови на яку робиться переклад.

Література

1. Мачалі, Рочая. Педоман Багі Пенеремах. Джакарта: Penerbit PT Grasindo. (2000).
2. Ньюмарк, Пітер. Підходи до перекладу. Лондон: Prentice Hall International. (1988).

СОЦІОЛІНГВІСТИКА: ЛІНГВІСТИЧНА ГЕНДЕРОЛОГІЯ, ЛІНГВОПЕРСОНОЛОГІЯ (МОВНА ОСОБИСТІТЬ). БІЛІНГВІЗМ, СОЦІАЛЬНА СТРАТИФІКАЦІЯ МОВИ / SOCIOLOGICAL LINGUISTICS: GENDER LINGUISTICS, LINGUAL PERSONALITY THEORY, BILINGUALISM, SOCIAL STRATIFICATION OF LANGUAGE

Горохова І.В., Третьяк Л.І.

Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова

(Київ, Україна)

МОВНА РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ЕТНОКУЛЬТУРНИХ АМЕРИКАНСЬКИХ СТЕРЕОТИПІВ

Анекдоти тісно пов'язані зі стереотипами, адже зазвичай у основі закладеного у тому чи іншому анекдоті гумору лежить саме стереотипне уявлення про те чи інше суспільне явище. Виокремлюючи джерела

виникнення стереотипів у суспільній національній свідомості, С. Г. Тер-Мінасова вказує, що нерідко такого роду джерелом слугують саме анекдоти про представників інших культур, які не тільки відображають їх найбільш суттєві й типові риси, але й формують ці риси як в очах інших народів, так і у очах самого народу [5, с. 133].

Дослідники представляють цілу низку класифікацій стереотипних уявлень. Наприклад, О. А. Леонтович виокремлює дві групи стереотипів, першу з яких називає «**ендостереотипами**». Ендостереотипи представляють собою зовнішні стереотипи, сформовані у представників однієї культури щодо іншої. Друга група, згідно з класифікацією вченого, називається «**екзостереотипами**», які є «міфами певної культури щодо самої себе» [2, с. 240]. За класифікацією, запропонованою І. Ю. Марковіною, стереотипи, що складаються у свідомості певного народу по відношенню до іншого, нерідко близького за менталітетом, народу або має для нього певне значення, називаються «**гетеростереотипами**» [3, с. 20]. Гетеростереотипи народжуються з опозиції «свій» – «чужий». Стереотипи, що з'являються у представників певної культури щодо самих себе, дослідниця називає «**автостереотипами**» [3, с. 27]. Розглядаючи особливості американських анекдотів з точки зору їх стереотипності, слід згадати і про диференціацію стереотипів на етнічні та культурні стереотипи, запропоновану Н. В. Уфімцевою. Дослідниця вважає, що якщо етнічні стереотипи недоступні саморефлексії «наївного» члена етносу і є фактами поведінки і колективного несвідомого, їм неможливо спеціально навчати, то культурні стереотипи доступні саморефлексії і є фактами поведінки, індивідуальної несвідомої свідомості, та їм вже можна навчати. Крім того, стереотипи завжди національні, а якщо зустрічаються аналоги в інших культурах, то це квазістереотипи, бо, збігаючись в цілому, вони розрізняються нюансами, деталями, що нерідко мають принципове значення [6, с. 243].

В. В. Красних поділяє стереотипи на підставі їх розуміння як фрагментів картини світу на стереотипи-ситуації та стереотипи-образи.

Стереотипи-ситуації зазвичай містять у собі певну передбачувану (очікувану) поведінку учасників комунікації. Стереотипи-образи виражаються переважною мірою через використання певних кліше [1].

Тож, стереотип характерний для свідомості і мови представника культури, він свого роду стрижень культури, її яскравий представник, а тому часто стає опорою особистості в діалозі культур. Досліджуючи дискурс американської сміхової культури, В.О. Самохіна стверджує, що характерні для неї риси обумовлюються історичним розвитком США. Зокрема, виділяється гумор фронтира, що став основою для розвитку таких жанрів, як небилиці, неймовірні історії, трікстери (practical jokes), анекдоти (yarns). У США також з'явилися нові різновиди жартів: іммігрантські, жіночий гумор, жорстокий гумор, жарти про слонів, які розглядаються як своєрідна метафора, що позначає силу та владу країни [4, с. 25].

Загалом, всі популярні та актуальні американські анекдоти, що знаходяться в узусі широких мас США можна класифікувати за різними критеріями. Розглядаючи питання вираження стереотипів у американських анекдотах, класифікуємо відповідні тексти за такою найбільш вагомою ознакою як їх тематика. Так, аналіз ілюстративного матеріалу показав, що в американській усній народній творчості ХХ-ХХІ століть можна виокремити анекдоти із наступною тематикою:

1. Foreign jokes (анекдоти про іноземців);
2. Lawyer jokes (анекдоти про адвокатів);
3. Office / Business jokes (анекдоти про роботу);
4. Politics jokes (анекдоти про політику та політичних діячів);
5. Redneck jokes (анекдоти про «реднеків»);
6. College jokes (анекдоти про студентів);
7. Entertainment jokes (анекдоти про Голівуд, героїв фільмів та про американських зірок кіно та естради);
8. Farm jokes (анекдоти про фермерське життя);
9. Blonde jokes (анекдоти про блондинок);

10. Yo Mama jokes (некоректні анекдоти про матір співбесідника).
11. Sexuality jokes (анекдоти про сексуальне життя);
12. Women/men jokes (анекдоти про відносини чоловіка та жінки).

Як можемо спостерігати із наведеної тематичної палітри американської сміхової культури, американські анекдоти охоплюють цілу низку різних сфер життя американського суспільства. Оскільки анекдот є однією із поширених та популярних форм прояву різного роду стереотипів, аналіз змісту даних тематичних груп американських анекдотів допоможе виявити їх стереотипну складову та класифікувати американські анекдоти відповідно до неї.

Зараз розглянемо декілька найцікавіших стереотипів і їх лінгвістичні особливості. Хоч і тематика анекдотів про іноземців є типовою не тільки для американської культури, але й для всіх культур світу, все ж американські анекдоти про іноземців мають свої особливості. Зокрема, американці найчастіше жартують про канадців, британців та росіян, оскільки саме з цими народами вони пов'язані культурними, територіальними або політичними зв'язками та мають особливе до них відношення.

У анекдоті «Deserted Island». *Two Englishmen, two Scotsmen, two Welshmen and two Irishmen were marooned on a desert island. The two Scotsmen got together and started a bank; the two Welshmen got together and started a choir; the two Irishmen got together and started a fight; The two Englishmen never spoke to each other – they hadn't been introduced!*

Розкриваються стереотипні уявлення американців про жителів Англії, Ірландії та Уельсу. У даному жарті мовна складова етнічного стереотипу про жителів Великобританії виражається через іменники, які номінують ті речі, з якими у американців асоціюється кожен із представників королівства – *bank, choir, fight*. Відповідно, Шотландія стереотипно вважається регіоном, у якому найбільше банків, культура Уельсу запам'ятовується валійським хором співом, а ірландці відомі на весь світ своєю нестриманістю. У той же час власне англійці знову зображені як замкнуті у собі, стримані люди – «*never spoke to each other*», де лексема *never* створює комічний ефект гіперболізації.

Комічний ефект та вираження стереотипу містить у собі й останній вираз – «*they hadn't been introduced*». Таким чином, англійці висміюються у даному анекдоті за їх інтровертність та відлюдькуватість.

Досить поширені анекдоти про стать, особливо жіночу, і у Америці. У рамках визначених тематичних домінант американських анекдотів, до категорії анекдотів, що втілюють у собі відображення гендерних стереотипів відносимо *Blonde jokes*. Так, дуже популярними у всьому світі, у тому числі й в Америці є **blonde jokes**, тобто анекдоти про блондинок. У таких анекдотах головною героїнею зазвичай виступає білявка з низьким рівнем інтелектуального розвитку та з надзвичайно обмеженими колом інтересів та світоглядом. Прикладом може слугувати анекдот про двох блондинок «*Blonde Cop*» – водія та офіцера поліції, які не знають як виглядає водійська ліцензія, що призводить до непорозуміння між ними.

Героїні жартів номінуються у тексті як *a blonde, female police officer, policewoman*. Лексема *smartass*, що належить до ненормативної лексики та яку вживає по відношенню до блондинки жінка-коп визначається словником *Cambridge Advanced Dictionary & Thesaurus* як *someone who is always trying to seem more clever than other people in a way that is annoying* [7]. Дана лексема створює іронічний ефект у анекдоті, підсилюючи контраст між безглуздістю дій персонажів та їх сприйняттям ситуації як чогось, що потребує значних інтелектуальних зусиль. Розв'язка анекдоту побудована на ситуативній іронії, яка розкривається через взаємодію полісмена із дзеркальцем, яке жінки помилково прийняли за водійське посвідчення. Будучи батьківщиною Голівуда, США має розвинену сферу шоу-бізнесу, що зумовлює і популярність **entertainment jokes** – анекдотів про голлівудських зірок та героїв фільмів. Часто такі анекдоти з'являються завдяки численним скандалам, в яких беруть участь зірки шоу-бізнесу. За основу беруться відомі факти з життя знаменитостей, сюжети також можуть запозичуватися з фільмів та мультфільмів. Часто у цих анекдотах гіперболізуються відомі якості артистів або героїв фільмів, завдяки чому досягається комічний ефект.

Так, стереотипне уявлення більшості американців про дивакувату манеру одягатися та нестандартну зовнішність співачки Леді Гаги відобразилося у анекдоті:

One day Lady Gaga went to the store dressed like a horse. The cashier didn't recognize her and said, "Dude, why the long face?" And Lady Gaga said, "Cuz I was born this way!"

Аналізуючи лінгвістичну складову стереотипу у даному анекдоті, слід звернути увагу на розмовний стиль мовлення, що використовують персонажі – це вживання сленгізмів (*dude*), спрощених варіацій слів (*cuz*), спрощеної граматики, редукції повних граматичних форм (*why the long face*). Стереотипне бачення американцями Леді Гаги як любительки епатажу та безглузлого вбрання відображається у словосполученні *dressed like a horse*, зовнішність співачки, яка нерідко стає об'єктом жартів та карикатур, у даному анекдоті характеризується через словосполучення *the long face*.

Аналіз класифікацій американських анекдотів, відповідно до відображених в них стереотипів, дозволяє зробити висновок про те, що гумор дійсно має потенціал до висловлення глибинних думок, затаєних в душі народу. Для кожної самостійної культури є притаманним власний тип гумору, своє сприйняття комізму в різних ситуаціях, залежне від багатьох факторів, які грають велику роль в самому формуванні даної культури. Це і історичні події, і особливості географічного положення країни, сусідні країни, та ставлення до їх жителів, що складалося протягом століть. Впливають на національне почуття гумору і національні традиції та норми поведінки, властиві представникам даної країни і культури. Всі ці фактори мають пряме відображення в гуморі, тож кожній країні властивий свій власний, неповторний тип гумору. При цьому через анекдоти нерідко виражаються притаманні даному конкретному суспільству стереотипи, що допомагає глибше осягнути як культуру та особливості менталітету даного народу, так і ширше розкрити мовні особливості національного гумору, характерні риси лінгвокультури даної країни.

Література

1. Красних В. В. Этнолингвистика и лингвокультурология: курс лекций / В. В. Красных. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284.
2. Леонтович О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения / О. А. Леонтович. – М.: Гнозис, 2005. – 351 с.
3. Марковина И. Ю., Сорокин Ю. А., Сухороких Е. В. Кинематографический и художественный текст: проблемы его восприятия и реконструкции / И. Ю. Марковина, Ю. А. Сорокин, Е. В. Сухороких // Текст и его изучение в вузе и в школе. – М., 1991. – С. 19-27.
4. Самохіна В.О. Функціонально-комунікативний простір англомовного жарту / В. О. Самохіна // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2011. – Вип. 56. – С. 23-27.
5. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М.: СЛОВО/SLOVO, 2000. – 267 с.
6. Уфимцева Н. В. Русские глазами русских / Н. В. Уфимцева // Язык – система. Язык – текст. Язык – способность: сб. ст. – М., 1995. – С. 242-250.
7. Cambridge Advanced Dictionary & Thesaurus. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org/>

Гринюк О.С., Охріменко О.А.

Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова

(Київ, Україна)

АНАЛІЗ ТЕКСТІВ ПОДАТКОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА ФЕДЕРАТИВНОЇ РЕСПУБЛІКИ НІМЕЧЧИНИ З ОГЛЯДУ РЕАЛІЗАЦІЇ НАМІРІВ КОЛЕГІАЛЬНОГО АВТОРА

Тексти податкових законів є видом дистантної комунікації, тому безпосередній зворотний зв'язок між адресантом і адресатом відсутній, а отже успішність реалізації інтенції адресанта цілком залежить від її лінгвальної репрезентації. Комунікативна інтенція колегіального автора податкових текстів полягає в їхньому впливі на соціального адресата, соціальні процеси та поведінку в суспільстві через інформування про зміст законодавчих положень і надання відповідних зобов'язань. Колегіальний

автор створює такий текст податкового закону, щоб він вписувався у культурний простір адресата, відображав би й документував інституційно закріплені норми спілкування, а також запобігав би виникненню серйозних правових проблем.

Створення будь-якого тексту безпосередньо пов'язане з реалізацією інтенції автора за допомогою прагматичних засобів. Колегіальний автор, створюючи тексти податкових законів, урахує ситуацію спілкування й свідомо обирає мовні та мовленнєві засоби для донесення необхідної інформації колективному адресату, забезпечує смислову та комунікативну єдність тексту, членує його композиційно, спрямовує інформацію на певний тип адресата. Іntenція адресанта спрямована не тільки на коректну побудову тексту, але й на забезпечення його розуміння адресатом / отримувачем.

У текстах німецького податкового законодавства аналізується інтенція, макростратегія (кооперативна), стратегії (інформування та раціонального переконання) і тактики (прогнозування, роз'яснення, уточнення, «common knowledge», ненав'язливого спонукання / зменшення категоричності, м'якого тиску на адресата / дистанціювання та попередження відповідно) колегіального автора податкового тексту; аналізуються мовні засоби актуалізації лінгвопрагматичних прийомів номіналізації (вживання віддієслівних або віддієприкметникових іменників), імперсоналізації (використання **Passiv** і модальної конструкції **sein+zu+Infinitiv**) та мітигації (застосування модальних дієслів); описуються графічні засоби реалізації стратегії інформування в текстах німецького податкового законодавства (вживання шрифтів різного розміру (7,5, 7, 6,5,) і написання (курсив, напівжирний, звичайний) арабських (1, 2 тощо) і римських (I, III тощо) цифр, великих (A, B та ін.) та малих (a, b) латинських літер, графічного знаку §, розташування на сторінці (відцентровка)).

Ми згодні з думкою Ф.С. Бацевича про те, що стратегії використовують для досягнення конкретної мети спілкування, дозволяючи

контролювати та обирати дієві ходи спілкування та їх гнучкі видозміни в певних ситуаціях [1, с. 133].

Комунікативна інтенція колегіального автора податкових текстів полягає в їхньому впливі на соціального адресата, соціальні процеси та поведінку в суспільстві через інформування про зміст законодавчих положень і надання відповідних зобов'язань. Колегіальний автор намагається створити такий текст податкового закону, щоб він входив у культурний "потенціал" адресата, відображав би й документував інституційно закріплені форми спілкування, а також запобігав би виникненню серйозних правових проблем. Створення будь-якого тексту безпосередньо пов'язано з реалізацією інтенції автора за допомогою прагматичних засобів, тобто колегіальний автор, створюючи тексти податкових законів, ураховує ситуацію спілкування й свідомо обирає мовні та мовленнєві засоби для донесення необхідної інформації колективному адресату, забезпечує смислову та комунікативну єдність тексту, членує його композиційно, спрямовує інформацію на певний тип адресата. Інтенція адресанта / автора спрямована не тільки на коректну побудову тексту, але й на забезпечення його розуміння адресатом / отримувачем.

Якщо адресат правильно може зрозуміти текст податкового законодавства, тоді інтенція колегіального автора є досягнутою і він зміг забезпечити адресата необхідною інформацією, якою він володіє для того, щоб запобігти наслідкам від небажаних дій. Н.Л. Висоцька зауважує, що традиційне лінгвістичне визначення тексту не збігається з його інтерпретацією у сфері комунікації. Так, наприклад, з позицій медіалінгвістики, текст є двоїстим явищем: лінгвістичним і культурологічним [2, с. 46-48].

В аналізованих текстах визначено дві основних стратегії колегіального адресата: інформування та раціонального переконання. *Стратегія інформування* реалізується чотирма тактиками: прогнозування; роз'яснення; уточнення; актуалізації "common knowledge". *Стратегія раціонального*

переконання репрезентована трьома тактиками: ненав'язливого спонукання / зменшення категоричності; м'якого тиску на адресата / дистанціювання, попередження.

Комунікативна стратегія інформування, тактики і прийоми її реалізації реалізується через дотримання кооперативних максимум, особливо максимум кількості і релевантності інформації, наприклад: *Das Bundesministerium der Finanzen wird ermächtigt, zur Durchführung der von den Organen der Europäischen Gemeinschaften erlassenen Rechtsvorschriften die Liste der sensiblen Sektoren im Sinne des Satzes 9 (Anlage 1 zu diesem Gesetz), in denen die Europäische Kommission die Förderfähigkeit ganz oder teilweise ausgeschlossen hat, durch Rechtsverordnung mit Zustimmung des Bundesrates anzupassen* [3, с. 3]

Стратегія раціонального переконання реалізується трьома основними тактиками: ненав'язливого спонукання / зменшення категоричності; м'якого тиску на адресата / дистанціювання; попередження.

Опираючись на особливості сфери права (правова безпека, процесуальна безпека) юридичні тексти мають дуже високий ступінь стандартизації і відображаються в певних типах тексту. Під типами тексту ми разом з Райсом / Фермеєром розуміємо «надіндивідуальні мовленнєві та письмові комунікативні акти, які пов'язані з комунікативною діяльністю та на їх базі склались характерні приклади мовленнєвого застосування та текстової організації» [4].

Таким чином, колегіальний інституційний автор, створюючи тексти податкових законів Федеративної Республіки Німеччини, ураховує ситуацію спілкування, свідомо обираючи мовні та мовленнєві засоби задля донесення необхідної інформації колективному абстрактному адресатові. Це забезпечує смислову та комунікативну єдність тексту, уможливлуючи його композиційне членування і відповідне розуміння адресатом.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. Київ: Видавничий центр "Академія", 2004. - 344 с.
2. Висоцька, Н. Л. Сучасні дослідження поняття «текст» у мовознавстві. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія 6: Філологія, 10(2). – С. 46–48.
3. Steuergesetze. – München : Verlag C. H. Beck, 2009. - S. 3000.
4. Iris Holl. Die kontrastive Textsortenanalyse als Vorstufe zur Übersetzung von Rechtstexten. Deutsche und spanische Scheidungsurteile im Vergleich. – Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas: Universidad de Salamanca, 2011. - № 6. – С. 195 – 207.
https://appswebofknowledge-com.uaccess.univie.ac.at/full_record.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=10&SID=F5HM5pFoZxV8g6tvErJ&page=1&doc=10&cacheurlFromRightClick=no >[Letzter Zugriff:17.09.2020].

Сокорчук В. М.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ГЕНДЕРНІ МАРКЕРИ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Сьогодні є особливо актуальним дослідження способів вираження гендеру в німецькій мові, а саме в номінації особи. Ця галузь безперервно поповнюється завдяки соціальним змінам, які сприяють виникненню жіночих варіантів номінації осіб за професією та іншими ознаками.

Стаття присвячена аналізу гендерних маркерів, що слугують номінації осіб чоловічого та жіночого роду в німецькій мові на матеріалі німецької публіцистики. Для цього були обрані німецькі популярні газети та жіночі журнали.

Сучасна соціальна наука розрізняє поняття рід і гендер. А. В. Кириліна визначає гендерну маркованість як «вияв ознак біологічної статі в значенні лексичної одиниці», як ознака «особа жіночої статі» або «особа чоловічої статі» [1, с. 15].

Було виділено графічні, лексичні та граматичні гендерні маркери, що надають номінації осіб гендерну маркованість. Графічні гендерні маркери – це графічні прийоми, що використовує автор для того, щоб виразити

представленість осіб жіночої і чоловічої статі в тексті. Таку функцію виконує, наприклад, графічне виділення *I* в суфіксі іменників *-in*. В німецькій мові це явище отримало назву «*Die Groß -I- Schreibung*». Такий спосіб номінації осіб використовується в об'явах про роботу: «Wir suchen zum 1. August 2008 eine/n LeiterIn für unsere neue Schule» [4, с. 5].

У результаті порівняльного аналізу текстів, представлених в німецьких джерелах було встановлено, що значних змін в структурі німецької мови під впливом феміністської критики не відбулося. Широкого розповсюдження набула мовна форма жіночих іменників з суфіксом *-in*, але вона рідко зустрічається у газетах, що адресовані як чоловікам, так і жінкам.

Окрім написання *I* існує ще один спосіб номінації осіб чоловічої та жіночої статі – написання *R* та *N* в закінченнях прикметників та дієприкметників, займенників та артиклів (*die Groß-R/N Schreibung*): Wir suchen: kaufm. Angestellte oder Angestellten für unsere Personalabteilung. Wir suchen: kaufm. AngestellteN für unsere Personalabteilung; keiner weiß die Lösung, keineR weiß die Lösung.

Лексичні гендерні маркери – це лексичні одиниці, що вказують на приналежність даної особи до відповідної статі. В ролі таких гендерних маркерів виступають прикметники *weiblich* та *männlich*, що використовуються в якості залежних слів в поєднанні з іменниками. В цьому випадку головне слово в такому словосполученні використовується зазвичай в формі чоловічого роду або в формі множини: «es ist nur etwas schwierig, männliche Vorstände davon zu überzeugen» [3, с. 7].

Особливий інтерес викликають випадки одночасного використання лексичних гендерних маркерів *weiblich* та *männlich*, що слугують усуненню гендерної асиметрії у висловлюванні, в даному прикладі: «Eines haben gute Berater gemeinsam, egal ob männlich oder weiblich: Sie raten nicht zu Sparbriefen, Lebens- oder Rentenversicherungen, sondern meist zu Investmentfonds» [4, с. 8].

За допомогою одночасного вживання в реченні прикметників *weiblich* та *männlich* автор підкреслює, що стать людей, про яких йде мова, не має значення, висловлювання характеризується гендерною нейтральністю.

До граматичних гендерних маркерів ми відносимо граматичні показники, що сигналізують про приналежність людей до чоловічої та жіночої статі та перетворюють номінації осіб в гендерномарковані лексичні одиниці. Такими маркерами можуть бути суфікси іменників, артиклі субстантивованих прикметників та дієприкметників, займенників.

У результаті дослідження було виявлено, що найбільш вживаними суфіксами номінації осіб чоловічої статі є суфікси *-er, -ent, -ist, -ler, -at, -or, -loge, -ner, -al, -ant, -(i)eur, -är, -krat*. Наприклад, *Arbeiter, Präsident, Journalist, Künstler, Diplomat, Autor, Politologe, Demonstrant, Resisseur, Generalsäkretär, Bürokrat*.

Продуктивним суфіксом номінації осіб жіночої статі є суфікс *-in*, що слугує для позначення осіб жіночої статі за родом діяльності, національної, партійної, територіальної, релігійної приналежності, наприклад: *Generallin, Helferin, Politikerin, Redakteurin, Schweizerin, Psychologin*.

Іменні напівсуфікси мають важливе значення в німецькій мові та представляють одну з характерних особливостей її словотвірної системи. Найвживанішими напівсуфіксами осіб є: *-mann* (у множині *-leute, -männer*), *-meister, -frau, -geist, -kopf, -bruder, -vogel, -bild, -person*. Такі напівсуфікси грають роль гендерних маркерів, що сигналізують про приналежність осіб до жіночої статі (*-mädchen, -schwester*) та чоловічої статі (*-mann / -männer, -freund, -bruder, -meister, -held, -träger*). Наприклад: «Nicht nur Friedensnobelpreisträger Desmond Tutu war entsetzt...» [4, с. 5]; «Wie können die Gefühle dieselben sein für ein Schulmädchen und für eine Erwachsene?» [4, с. 35].

Ще одним засобом граматичного гендерного маркування в німецькій мові можуть бути займенники. Часто вони вимагають використання після себе інших займенників у формі чоловічого роду: «Gerade wenn **man** sich von **seinen** Eltern abstößt, braucht man Erwachsene, an die man sich lehnen kann» [4, с. 8].

У результаті дослідження було виявлено, що такі займенники є одним з засобів формування андроцентричності німецької мови, оскільки вони виконують роль гендерних маркерів, вказуючи на приналежність осіб до чоловічої статі, навіть у таких випадках, коли мова йде про змішані групи людей. Порівняльний аналіз німецькомовних текстів показав, що значних змін в структурі німецької мови під впливом феміністської критики не відбулося.

Література

1. Кирилина А. В. Категория gender в языкознании. *Женщина в российском обществе*. М., 1997. №2. С. 15-20.
2. Курченко Л. М. Сучасні зміни в офіційно-діловому стилі німецької мови під впливом гендерної політики. *Науковий вісник Київського гуманітарного інституту*. 2008. №3. С. 39-49.
3. «Frankfurter Allgemeine Zeitung». Frankfurt am Main, 25. September, 2008.
4. «Salt und Pepper». Zeitschiff. Kiev, 25. Oktober, 2008.

Федько Ю.Ю.,

Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ЛІНГВОПРАГМАТИЧНИЙ АНАЛІЗ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТЕКСТІВ ІТАЛІЙСЬКОЇ ПРЕСИ

Філологічні проблеми масової комунікації та дослідження комунікативних можливостей засобів масової інформації є надзвичайно цікавим питанням у наш час, коли поширюються межі інформативного простору та зростають потреби міжнародного спілкування і соціокультурної комунікації.

Це стосується й італійської публіцистики, яка займає значне місце у соціальному житті країни, і завжди була і залишається важливим мовотворчим фактором і чинником національного та міжнародного спілкування [1, с. 14]. Кожна культура чітко диференціює поведінку людини

в залежності від її статі, приписуючи їй певні соціальні ролі, манеру поведінки, почуття.

Матеріалом дослідження є найпоширеніші італійські журнали, з великим тиражем і є журналами загальнонаціонального типу. Гендер створюється суспільством, як соціальна модель жінок та чоловіків, що визначає їх статус у суспільстві, інститутах цього суспільства, таких як сім'я, політична структура, економіка, культура, освіта [1, с. 22]. Гендерні стереотипи у ЗМІ є типовим явищем з часів появи перших друкованих видань. Скажімо у друкованих виданнях XVIII ст. позитивний образ італійської жінки визначався як „madre patriarcale”, „padrona di casa”, „casalinga”, „massaia”, „cristiana proba”. А на базі періодичних національних видань України, Росії, Італії демонструє, що в ЗМІ домінують переважно два типи жінок, що отримують найбільшу популярність та позитивну конотацію: по-перше жінка як сексуальний об'єкт та по-друге щаслива домогосподарка. Стереотипово постають образи „рольових моделей” для чоловіків – це як правило успішний чоловік, що претендує у всьому на звання супермена. Негативні оцінки частіше всього отримують жінки, що не погоджуються з соціальними ролями – феміністки та чоловіки, що відмовляються проявляти мужність. Хоча останнім часом у ЗМІ все частіше фігурує образ успішної ділової жінки та чоловіка, що не відмовляється піклуватися про дітей та займатися господарством, здатного на вияв почуттів. Феміністська лінгвістика, широко представлена в західному мовознавстві, а в вітчизняному практично не розвинута, має два головних напрямки. Перший стосується дослідження мови з метою з'ясування асиметрій в системі мови, спрямованих проти жінок, які отримали назву мовного сексизму. Йдеться про патріархатні стереотипи, зафіксовані в мові, що нав'язують всім її носіям певну картину світу, в якій жінкам відводиться другорядна роль та приписуються негативні якості [2, с. 76].

ЗМІ сприяють псевдо емансипації жінок, підігруючи прагненню частини з них до самореалізації та незалежності. Аналіз італійських ЗМІ, їх критики

та реклами яка у них функціонує дозволяє виділити ряд характерних особливостей, які можна визначити як фактори впливу на жіночу аудиторію. Характерною рисою італійської преси є використання традиційної метафори та алегорії. Алегорія передбачає поєднання трьох компонентів, метафори, уособлення та морального конфлікту. Таким чином у пресі часто використовуються стереотипи суспільства, такі, як жінки здебільшого користуються інтуїцією, тяжіє до ірраціонального, живе у двох світах – реальному та уявному, схильна до пасивності та рефлексії.

Гендерні відмінності у мові та мовленні створюють гендерні стереотипи, що обумовлені різними соціальними ролями чоловіка та жінки і впливають на гендерне самовизначення особи у співвідношенні з соціокультурними установками, нормами і правилами даного суспільства. В основі формування гендерних стереотипів лежить поняття фемінності та маскулінності, які в наш час перенесли серйозні зміни у зв'язку з невідповідністю статі та психологічного її вираження.

Таким чином мужність та жіночність скоріше є не протилежними, а діалектично пов'язаними категоріями, що відображають соціальні процеси в результаті яких змінюються значущі параметри маскулінності (агресивність, владність, домінування, незалежність, рішучість, цілеспрямованість) та фемінності (емоційність, душевність, турботливість, приязність, вихованість). Однак, незважаючи на стирання граней між фемінністю та маскулінністю у текстах преси зберігається гендерна маркованість.

Аналіз досліджень в рамках феміністичної та маскулінної лінгвістики показує, що вивчення гендерної специфіки текстів – змістової, пунктуаційної, орфографічної, синтаксичної, лексико-фразеологічної, стилістичної – дозволяє виділити певні параметри маскулінного та фемінного стилів текстопородження. Тематичний. Пріоритетні жіночі теми – сім'я, здоров'я, освіта. Чоловічими темами вважаються такі, як: політика, наука, спорт, професія. Комунікативно-прагматичний. Жіноча комунікативна поведінка відрізняється кооперативними стратегіями, опосередкованими та

фактичними мовленнєвими актами, емпатією, комунікативною гнучкістю, передачею відповідальності; чоловіча комунікативна поведінка натомість характеризується конкурентними стратегіями, комунікативним лідерством, імперативними мовленнєвими актами, авторитарністю. Синтаксичний. Жіночий синтаксис відрізняється підрядними реченнями, окличними та питальними реченнями, пасивними, еліптичними конструкціями та інверсією; чоловіки ж тяжіють до вживання складно-підрядних речень та активних конструкцій. Стилiстичний. Жіноча стилістика характеризується гіперболізованою експресивністю, інтенсифікацією позитивної оцінки, концентрацією емоційно оцінної лексики та зменшувальних суфіксів; чоловіча стилістика – концентрацією професійної термінології, стилістично нейтральної лексики та негативної емоційно-оцінної лексики, інвективами.

Література

1. Барсукова С.Ю. Образ женщины-предпринимателя в средствах массовой информации // ЭКО. №2. – М., 1998.
2. Арутюнова Н.Д. Метафора и дискурс // Теория метафоры. – М.: Знание, 1990. – 78 с.
3. Гусева Ю.Е. Социально-психологические характеристики женщин, транслируемые женскими журналами // Женщина в мире мужской культуры: путь к себе. Материалы международной научной конференции 15-17 июля 1999г. – СПб., 1999.

Коломієць Л.М.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

СТРУКТУРА ТА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНИХ МЕМІВ

Меми, які виникли завдяки біологу Річарду Докінсу, є одиницею інформації [4, с.78]. Мем є сучасною мовою спілкування. Суспільство без них не може існувати, адже мем став невід'ємною частиною комунікації.

За засобом передачі інформації виділяють невербальні та вербальні меми. У свою чергу, вербальні меми поділяються за сферою використання. За

структурним критерієм серед вербальних мемів виокремлюють влучні слова, словосполучення, вирази, фразеологічні звороти та речення. Однак така класифікація є досить умовною, адже меми мають здатність переходити з однієї групи в іншу [5, с. 56]. Функції мемів з точки зору психолінгвістики полягають у тому, що вони беруть участь у формуванні ідентичності, актуалізації особистих переживань, відтворенні та накопиченні соціального капіталу, створюють ілюзію причетності. З точки зору соціолінгвістики, меми завдяки обмеженню кола користувачів, які розуміють їх смисли, впливають на формування і доповнення соціальної та індивідуальної картини світу [5, с. 57].

З'ясовано, що політичні меми найбільш яскраві, вони характеризуються використанням еративів, небуквеної символіки (змішання словесної та цифрової інформації), мовної гри, аббревіації, а також порушенням синтаксичної структури речень. Політичні меми відрізняються від Інтернет- та медіа-мемів тим, що вони є інтелектуальним продуктом колективної творчості Інтернет-спільноти, що містить спільно генеруючу ідею. О. І. Дзюбіна визначає британські та американські політичні меми як складні ментальні утворення, що становлять одиницю інформації, передану за допомогою мережі у вигляді вербальної (текст) і парамовної (зображення) форми, і інформують про британських та американських політиків [2, с. 376].

Для дослідження структури та лексико-семантичних особливостей англomовних політичних мемів за допомогою методу суцільної вибірки з мас-медійних джерел, зокрема з Інтернету було відібрано політичні меми. Так, їх розподіл показав, що більшість (75%) політичних мемів – вербально-візуальні або змішані. За лексико-семантичними особливостями британські та американські політичні меми відрізняються тим, що в американських політичних мемах переважають термінологічні лексичні одиниці (22% на відміну від британських політичних мемів, які нараховують лише 3,4%).

Натомість в британських мемах переважають сленгові неологізми (31% на відміну від 18,6% в американських).

На граматичному рівні найбільшого поширення в політичних мемах американських політиків набули риторичні запитання (21,5%; 12,8% – у мемах британських політиків). Крім того, меми американських політиків вирізняються наявністю більшої кількості еліптичних конструкцій (11,7% порівняно з мемами політиків-британців 7,6%) та прислівників-інтенсифікаторів (7,8% проти 2,5%).

Серед стилістичних засобів образності, які широко представлені в американських політичних мемах, слід назвати іронію (14,2%) і гру слів (8,5%), а також апосіопезу (7,1%). Натомість британські політичні меми характеризуються частим вживанням алюзій і цитат (14%), порівнянь (11,2%), алітерацій, асонансу та ономапоєї (8,4%), а також метафоричних одиниць (7%).

Ми дійшли висновку, що використання лексики та граматики в політичних мемах характеризується неоднорідністю. Так, вибір лексичних одиниць залежить від того, яку лексику використовують – стандартну чи знижену пейоративну. Дуже часто в політичних мемах використовується ненормативна негативно забарвлена лексика. При цьому граматичною особливістю мови політичних мемів є спрощення та порушення синтаксичної структури прямо пропорційне ступеню емоційності висловлювання як відображення сплутаності думок.

Політичні Інтернет-меми характеризуються великою кількістю стилістичних засобів, які дозволяють передати емоційність політичних діячів [3, с. 7]. Зокрема, вони містять влучний невербальний або графічний компонент, що виражений фотографією, картинкою або малюнком. Він робить повідомлення яскравим, переконливим, створюючи наочні образи. При цьому вербальний компонент мема також емоційно навантажений, що досягається не високою художньою цінністю висловлювання, а

лінгвокреативністю, вираженою у використанні нестандартних мовних форм та грі слів.

Література

1. Алтухова Т. В. Социальная компьютерная сеть «В Контакте»: жанроведческий аспект : дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Кемерово, 2012. 219 с.
2. Дзюбіна О. І. Класифікація, структура та функціонування Інтернет-мемів в соціальних мережах Twitter та Facebook. *Молодий вчений*. 2016. № 2 (29). С. 375-379.
3. Квят А. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход. *Медиаскоп*. 2013. № 1. С. 6–9.
4. Dawkins R. *The Selfish Gene*. Oxford University Press, 2006. 384 p.
5. Zakem V., McBride M., Hammerberg K. *Exploring the Utility of Memes for U.S. Government Influence Campaigns*, 2018. 86 p.

СЛОВО, РЕЧЕННЯ, ТЕКСТ У СИНХРОНІЇ ТА ДІАХРОНІЇ / WORD, SENTENCE, TEXT: DIACHRONIC AND SYNCHRONIC APPROACHES

Буніятова І.Р.

Київський університет імені Бориса Грінченка (Київ, Україна)

РЕГРАМАТИЗАЦІЯ ЗАПЕРЕЧНИХ КОНСТРУКЦІЙ В ІСТОРІЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

І. Попередні ремарки. У запропонованому повідомленні розглянуто явище мультинегації (англ. *multiplenegation* або *negative concord*) у контексті системних зрушень в англійській мові VII-XVII ст. У сучасних мовах розмежовують терміни *системна / несистемна негація*. Перша передбачає граматично правильні речення з особовою формою дієслова в заперечній формі. Друга включає комунікативні одиниці на зразок еліптичних висловлень, властивих розмовному мовленню, або тих, які містять кілька заперечних маркерів, напр. *I don't love nobody*. На відміну від граматичної надлишковості в сучасних мовах, у давніх мовах надлишкові елементи

виконують прагматичну функцію усунення комунікативних збоїв у дивергентному лінгвальному середовищі.

Мультинегація як стала типологічна риса давніх германських мов є окремим випадком лінгвальної надлишковості. Окреслення причин усунення цієї діяхронної константи в англійській мові становить проблему, заявлену до розв'язання. Розгляд зазначеного явища ґрунтовано на положенні теорії комунікації, згідно з яким надлишковість – це найкоротший відрізок коду, використовуваного для донесення повідомлення до реципієнта [Shannon, Weaver, 1964]. У лінгвістичних термінах, це означає, що інформація, закодована в реченні або тексті, залишається еквівалентною повідомленню відправника з погляду її змісту, однак формально вона є *надлишковою, плеонастичною та неоднозначною*.

II. Факти мовної онтології. У давньоанглійській мові (600-1150pp.) множинне заперечення є загальноприйнятим, але не обов'язковим явищем. Модель заперечної конструкції представлена формулою *NEGV*, де *NEG* – це заперечний проклітик *ne*, який передує дієслову в особовій формі. Для посилення слабонаголошеного, а відтак неінформативного *ne* давні автори залучали адвербіальні частки *na*, *nalles* у препозиції до особової форми дієслова. Пор.:

(1) *Bæt he na sibban geboren ne wurde*(Or.6.9);

(2) *Ne con icnohtsingan...* (Bede, Eccles).

Протягом середньоанглійського періоду (1150-1500pp.) реченнєвий проклітик *ne* поступається *not* у постпозиції до дієслова, як у (4). У перехідний період спорадично трапляється негатор *ne ... not*. У північних і південних діалектах *ne* продовжує виступати у функції заперечного преверба, як у (3). З іншого боку, поступова зміна SOV-моделі порядку слів у реченні на SVO зумовила пересув *NEG* конститuenta у правосторонню позицію до дієслова у XIV ст. Засвідчену зміну слід розглядати як *negative raising*, подібний до сучасного англійського *So that he could not awake his wife*. У ранньоновоанглійській мові (1500-1700pp.), попри закріплення моделі

NEGAUX, множинне заперечення зафіксовано лише у деяких випадках в прозових і поетичних творах (5). Пор.:

(3) *henoschuldnouztframhemgo* (SirOrfeolate 13th /early 14th c.);

(4) *BotArthurewolde not etetil al were serued* (SG, 85).

(5) *I haue one heart, one bosome, and one truth,/And that **no** woman has, nor neuer none* (Shakespeare, Twelfth Night).

III. Причини усунення явища мультинегації. Важливим для розуміння еволюційних процесів, що відбувалися на окресленій ділянці граматичної підсистеми англійської мови, є врахування зрушень у словозмінній парадигмі дієслова внаслідок процесів парадигматизації. Ідеться про становлення нових парадигматичних зв'язків на основі втягування одиниць інших структурних рівнів мови – насамперед поєднань часткового допоміжного (AUX) і повнозначного слів. Інтенсивність словозмінної парадигматизації у розвитку дієслова забезпечувалася узагальнено абстрактним характером допоміжних дієслів, потенційно здатних взяти участь у цьому процесі, зокрема таких, як *do, have, can, must, will* та ін. У загальному контексті реграматизації (термін Д. Лайтфута – I.B.) моделей, властивих попереднім етапам розвитку англійської мови, показовою є EMPTYFINITEDO + INF [Lightfoot 1979, 111-112]. У давньоанглійській мові вона набуває ознак перифрастичної конструкції через слабку наголошеність *do*, а відтак його десемантизацію, усунення слів, розміщених між *do* та інфінітивом. У XIIIст. – на початку XIVст. *do* забезпечує «підтримку» інфінітива, виконуючи функцію його часового маркера згідно з правилом *doSupport* генеративної граматики. Пор. у ср.-англ.: *HedidHaroldbodydodraweupalsotite* або *HisOctauushauedeidonhisfolcislazenanandihon* [Visser 1969, 1492].

У XVI ст. засвідчено паралельне функціонування NEGPlacement зразків, отриманих за правилом *doSupport* і без нього: *hedidnotspeak i hespokenot*. В обох варіантах діє нове правило: заперечний елемент розміщено між AUX і V. Наприкінці XVI ст. зразок оформлення заперечної

конструкції *hesprokenot* різко зникає, поступаючись *do*-типу, який з цього часу становить стандартний зразок. Одночасно відбувається низка змін: виокремлення унікального класу модальних операторів, отриманих шляхом синтаксичної деривації з претерито-презентних дієслів, закріплення SVO-моделі як базового порядку слів у розповідному реченні, становлення квантифікаторів *all, any, both, each, either, every, few*.

IV. Висновки. Утвердження сучасного NEGAUXrule відбувається у загальному контексті змін ранньоновоанглійського періоду, особливу роль в якому зіграли три радикальних зрушення, а саме: (а) утвердження AUX *do, did* у словозмінній парадигмі дієслова; (б) втягування у цей процес нового класу модальних операторів за принципом аналогії, напр. *can, could, will, would* та ін.; в) поява квантифікаторів, які віднині виконують функцію підтримки негатора у постпозиції до дієслова.

Література

1. Lightfoot D. Principles of Diachronic Syntax / D. Lightfoot. – Cambridge: University Press, 1979. – 429 p.
2. Lightfoot D. The Development of Language. Acquisition, Change, and Evolution / D. Lightfoot. – Oxford: Blackwell Publishers. – 1999. – 289 p.
3. Shannon C.E., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication / C.E. Shannon, W. Weaver. – Urbana: The University of Illinois Press, 1964. – 125 P.
4. Visser F. Th. A Historical Syntax of the English Language / F. Th. Visser. – Leiden: E.J. Brill, 1963-1973. – Vol. 1-3.

Kalytiuk L.P.

National Pedagogical Dragomanov University (Kyiv, Ukraine)

COMPARISONS OF INEQUALITY IN OLD ENGLISH RIDDLING PRACTICE

This research focuses on the specificity of information packaging of Old English (hereinafter OE) comparisons of inequality in riddles from *The Exeter Book* (Exeter Cathedral Library, ms. 3501) compiled by the 10th-century Anglo-Saxon clerics [3]. The novelty of the research is in applying theoretical issues of

information structure of the sentence (namely *thematic progression* and *rhematic dominance*) to diachronic syntax of OE (comparisons of inequality in OE riddles). The specificity of English with its almost completely eroded morphology and total reliance on syntax (strict word order) results in almost tacit agreement among scholars that in the sentence thematic and rhematic roles are distributed positionally. This is especially true when applied to the English language. I mean that it is usual practice to associate the Subject as ‘*given*’, ‘*old*’, whereas the Object is attributed with conveying ‘*new*’ information. When we direct our attention to OE riddling practice, things do not look that definite.

In this paper the members of comparison are viewed traditionally – with respect to information packaging: subject – *new, unknown*; object – *old, known*, to which the riddler directs the riddlee’s attention, basis for comparison – a selected property of a subject possessed by the object and in the context of this research is expressed by an adjective in the comparative degree: *Subject is Basis [Adj. comp. degree] THAN object*. In other words, [NP1] is usually the topic, known, presupposed, textually bound. New information is within [VP] group. Such allocation of ‘subject *new / unknown* – object *old / known*’ in OE riddling practice contradicts the point of view that schools of thought generally assume as was already mentioned. The specificity of riddles is that it is the topic (riddling entity) that to be guessed, i.e. the subject. And the part of the sentence usually associated with the rhematic domain tangles still the obscure information about the riddling entity [1]. Thus the theme is better to be named ‘*pseudo theme*’ because of its misleading nature by definition the part to be guessed, it cannot be referred anaphorically, being deprived of corresponding contextual links in the text.

Usually comparative clauses are an example of economy of effort, <...>, cutting the distance of getting new knowledge [2, p. 23]. Viewed from the angle of the comparisons in OE riddles the said function appears to be more simplistic than accurate. They are hints and are of little use to get information prematurely, making the riddlee go through the maze of hints and vague descriptions to approach to possible solutions.

The thematic progression according to Frantisek Daneš (1974) can be of three types: 1) constant, 2) linear, 3) derived. The dynamics of information flow in comparisons of inequality in OE riddles unfolds within the model of topic chaining, i.e. the same theme remains constant and is focused from different angles. The information given to the riddlee lies within the exophoric domain and is to be found from the past experience. The rhematic dominance (classified as *actional*, *statal*, *presentive* and *qualitative*) rotates chiefly around *presenting* and *describing quality* of the riddling entity ('*a wiht*').

The practice of riddling makes adjustments to thematic-rhematic loading in information packaging of a sentence. The *theme* appears to be unknown (conventionally *new*) with usually constant thematic progression and the *rheme* is predominantly presentive or qualitative. The latter directs the riddlee to find solutions using broad life experience (*given*).

References

1. Cavell, M. (2018). The Exeter Book riddles in context 31 Jan 2018 Retrieved 12 August 2020 <https://www.bl.uk/medieval-literature/articles/the-exeter-book-riddles-in-context>
2. Haritonchik Z.A. (2004). Sravnenie v processah jazykovej nominacii // Oчерki o jazyke. Teorija nominacii. Leksicheska ja semantika. Slovoobrazovanie : Izbr. trudy. – Minsk, MGLU [Comparison in the processes of language nomination // Sketches about Language. Theory of Nomination. Lexical Semantics].
3. The Complete Corpus of Anglo-Saxon Poetry. Retrieved August 2, 2020 <https://www.sacred-texts.com>

Грaчoвa I.Є.

**Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського (Вінниця, Україна)**

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМ ПЕРФЕКТА У ДІАХРОНІЧНИХ СТУДІЯХ

Проблеми становлення граматичної системи англійської мови і її сучасний стан розглядаються в працях з історії англійської мови та теоретичної граматики (В.Д. Аракін, О.В. Ахманова, Л. Блумфілд, К.

Бруннер, Н. Хомський, Дж. Лайонз, Дж. Ліч, Р. Кверк, С. Грінбаум, Д. Росс, Р. Клейборн, О.І. Смирницький, О. А. Смирницка, В.Н. Ярцева та ін.).

Проте одним з найбільш суперечливих аспектів вивчення англійської мови є вживання граматичної категорії перфекта. Не існує єдиної думки щодо періоду зародження та її кінцевого становлення. Згідно з загальноприйнятою у сучасній лінгвістиці теорією, категорія перфекта розвивається на початку середньоанглійського періоду, а джерелом перфектних форм вважаються дві давньоанглійські конструкції *beon* + *participle II* і *habban* (+ *direct object*) + *participle II*, в яких поступово відбувається процес граматикалізації, наслідком чого є втрата першим елементом словосполучення свого лексичного значення, а другим елементом – свого граматичного значення, що призводить до появи нових аналітичних форм перфекта. Завершення процесу граматикалізації відбувається у другій половині середньоанглійського періоду.

В.Н. Ярцева відносить становлення перфекта до XII-XIII ст. З перехідними дієсловами частіше використовувався *habban* (в середньоанглійському – *haveren*), з неперехідними – англосаксонське *bēon* (в середньоанглійському – *bēn*). Надалі відбулося вільне варіювання в перфектних формах дієслів *bēn* і *haveren*, що було обумовлено їх повною десемантизацією. Впродовж середньоанглійського періоду дієслово *bēn* при *participle II* витісняється дієсловом *haveren*, що пов'язано з використанням описової форми *haveren* + *participle II* як нового засобу вираження результативного виду [3, с. 143].

В англійській мові категорії виду в її сучасному розумінні не існувало аж до XVI століття.

О.І. Смирницький не відносить перфект ні до категорії часу, ні до категорії виду, виділяє його як окрему категорію «тимчасової віднесеності» [2, с. 274-298]. Дослідник відзначає, що форми перфекта з позиції граматичної категорії часу є позачасовими. Крім того, значення перфектності не може бути значенням видовим, як наприклад, значення тривалості, через

здатність перфекта з'єднуватися з тривалими формами в одному поєднанні [2, с. 274-298]. У новоанглійській період перфект набуває нового значення – здійснена дія, співвіднесена з сьогоднішнім (*Present Perfect*), і попередня дія, співвіднесена і пов'язана з моментом минулого (*Past Perfect*).

Між дієслівними формами перфекта і простим минулим часом формується семантичне розмежування, завдяки чому перфект протиставляється структурно і семантично іншим формам англійського дієслова.

Як зауважила В.Н. Ярцева, вже в ранньоніовоанглійській мові перфект поширюється на всі особові і неособові форми дієслова, за всіма станами і способами, в результаті чого складається нова система перфектних часів [4, с. 151-153].

Перфектні форми, які виникли у давньоанглійській період та розвивались у середньоанглійській період, починають все більш поширюватися у новоанглійській мові, саме в цей період і відбувається кінцеве становлення категорії перфекта. Отже, перфект включається в дієслівну парадигму та розширює систему взаємовідносин між різними категоріями дієслова.

У новоанглійській мові існувало дві перфектні конструкції: *to be + Participle II* та *to have + Participle II*. Варто зазначити, що конструкція *to be + Participle II* вживається лише з дієсловами руху, а конструкція *to have + Participle II* має широкую сферу застосування і вживається з усіма дієслова, в тому числі, з дієсловами руху.

У цей час відбувається становлення значень, які є характерними для сучасного *Present Perfect*, а кількість форм, що мають це значення, майже дорівнює кількості форм, що існують у значенні *Past Simple* [1, с. 136].

Література

1. Аракин В.Д. История английского языка. Москва: Просвещение, 1985. 254 с.
2. Сердюк В. М. Еволюція, сучасний статус, функції тривалих та перфектних форм в англійській мові: автореф. дис... канд. філ. наук: спец. 10.02.04. Харків, 1997. 18 с.

3. Смирницкий А.И. История английского языка (Средний и новый период): курс лекций Москва: Изд-во МГУ, 1965. 138 с.

4. Смирницкий А.И. Синтаксис английского языка. Москва: Изд-во МГУ, 1957. 286 с.

Машкевич А.А.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ЛЕКСИКО-СТИЛІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТАВТОЛОГІЧНИХ СПОЛУЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

Термін *тавтологія* давно увійшов у широкий вжиток, проте сприймається неоднозначно. Випадкове зіткнення слів одного кореня насторожує вимогливий смак, який вбачає у ньому невиправдану надмірність, мовну бідність, незнання сенсу слів. І все-таки немає підстав для висновку, що тавтологія суперечить мовній природі і естетичному смаку людини. Тавтологія складалася століттями в мовній діяльності народу. Нормативними стали численні тавтологічні сполучення, в яких смислова надмірність вже не відчувається. Тавтологічні сполучення з їх прагматичним потенціалом надають висловлюванню особливого забарвлення, відповідно до інтенцій мовця, що свідчить про їх важливість у комунікативному процесі [2].

Для отримання дефініції тавтології як стилістичної фігури варто залишити в стороні словотвірний, фразеологічний і граматичний повтори оскільки вони не мають відношення до фігуративної будови мови. Тавтологія як стилістична фігура – це часткове змістове дублювання через повторення однокореневих слів: *Et maintenant, quand je me souviens ce souvenir, j'ai peur. Il n'est voisin qui ne voisine.*

Тавтологія являється стилістичним засобом, який підсилює дієвість мови. Такими тавтологічними сполученнями, позначеними особливою

експресією користуються у розмовній мові, та вживають у фразеологізмах: *coûte que coûte, de deux jours en deux jours, à qui mieux mieux, à la guerre comme à la guerre, passer de bouche en bouche, à tort et à travers, jeter feu et flamme.*

Загальна функція тавтології як стилістичної фігури – акцентувати поняття, що лежить в основі кореневої частини повторюваних слів. Тавтологічний повтор може надавати висловлюванню особливу значущість, афористичність: *Tout est bien qui fini bien / Добре те, що добре закінчується.* Як джерело мовної експресії, тавтологія особливо дієва, якщо однокореневі слова зіставляються як синоніми: *Qui se ressemble s'assemble*, антоніми: *apprendre / désapprendre*. Тавтологія зустрічається в різних стилях мови, але найчастіше в мові художньої літератури, де вона виконує різноманітні змістові та емоційно-експресивні функції.

Тавтологія у французькій та українській мовах є структурою, яка об'єднує одиниці відношеннями тотожності або подібності, і репрезентує морфологічний, лексичний і синтаксичний рівні мови. Тавтологія функціонує як з'єднання синтаксем (*On est comme on est / Що є, то є*), лексем (*A la guerre comme à la guerre / На війні, як на війні*), морфем (*jouer au jeu / танцювати танок*).

У французькій та українській мовах тавтологічні сполуки різняться: а) тотожністю форми, тотожністю значення; б) тотожністю форми, подібністю значення; в) відмінністю форми, тотожністю значення; г) відмінністю форми, подібністю значення. За структурним і семантичним критерієм з тавтологією зближуються такі надлишкові вирази: повтори, кліше, стереотипи, синоніми. В основі тавтології лежить фактор повторної номінації у тотожній формі і тотожному значенні. Типологічно тавтологічні сполучення згруповано у різноманітні структурно-семантичні класи: атрибутивні структури, структури з предикативним подвоєнням, структурні та компаративні тавтології, формальні та приховані сполучення. Тавтології класифікують за

морфологічною природою повторюваного елементу: іменникові, прикметникові, займенникові.

Розрізняють формально-граматичну тавтологію, або повторення спільнокореневих слів і семантичну тавтологію, або повторення слів з однаковим значенням [1]. Семантична тавтологія ґрунтується на непрозорості значень запозичень (меню страв, *garantie absolue, confrontation directe*), поєднанні гіпоніма й гіпероніма (у лютому місяці, *brouillard brumeux*), повторення однієї із сем або її відтінків (більш кращий, *ajoutez un additionnel*). Тавтологія реалізує формальну і змістовну сторони комунікації: шляхом повторення лексеми (формальний показник) і шляхом переосмислення значення, залучення конотативних, асоціативних елементів значення.

В основі використання тавтології у французькій та українській мовах закладені можливості підвищення прагматичного потенціалу висловлювання, зокрема, його інформативності, прогнозування інтенцій адресанта, інтенсифікації значення і експресивності висловлювання. Тавтологічні сполучення здатні посилювати, розширювати / звужувати значення, всебічно характеризувати об'єкти і явища. За допомогою тавтології мінімізується великий обсяг інформації. Шляхом повторної номінації акцентується увага адресата на важливих елементах.

Тавтологія в мові письменників, публіцистів, ораторів, як правило, обумовлена контекстом. Це не механічне повторення, не банальне дублювання вже вербалізованого поняття. Тавтологія функціонує тут як стилістичний прийом. Таке повторення завжди щось додає, уточнює або експресивно підкреслює.

Французька розмовна мова являється невимушеною та емоційною і часто містить компоненти, які не несуть ніякого інформативного навантаження, але необхідні в ній для зв'язку з адресатом, з попередніми репліками. Ці фрази являються надлишковими, вони відсутні в ідентичній українській фразі. Такі «вигукові» компоненти, як *non, quoi, tiens*, займають

перше місце серед надлишкових компонентів[3]. Також мовна свідомість французів виявляється у їх філософському ставленні до реальності, прагненні до свободи, незалежності, в умінні насолоджуватися життям (*joie de vivre*), оптимізмі. Саме цей суб'єктивізм знаходить своє відображення у використанні тавтологічних парних поєднань: *clopin-clopant; un sou est un sou; les enfants sont les enfants*.

Тавтології виконують низку прагматичних функцій у комунікації: вони встановлюють ієрархію смислів висловлювання, фокусують увагу на головному в повідомленні, посилюють емоційний та естетичний ефект, встановлюють зв'язки між елементами висловлювання, забезпечують зв'язність тексту.

Література

1. Культура фахового мовлення : Навчальний посібник / За ред. Н. Д. Бабич. – Чернівці : Книги-XXI, 2006. – 496 с.
2. Пономарів О. Стилїстика сучасної української мови: навч. посібник / О. Пономарів. – К. : Либідь, 1992. – 239 с.
3. André-Larochebouvy. La conversation quotidienne. – P. : Didier, 1984. – 196 p.

Сергієнко Ю. В.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ПРИКМЕТНИК ТА ЙОГО МОРФОЛОГІЧНИЙ СКЛАД

Ще в давні часи люди помічали, що слова, які вони використовували у рідній мові, означають різне. Одні слова називають предмети, інші – дію, процес, треті – якість та особливість предметів.

В елліністичну епоху (III-II ст. до нашої ери) утворилась так звана олександрійська школа граматики, яка на чолі з Аристархом Самофракійським розробила першу в історії класифікацію. У ній прикметник відсутній, що в цілому відображує типову особливість грецької мови. Там

прикметники з іменами утворювали одну частину мови, тому що мали спільну систему відмінювання.

Незважаючи на численні недоліки системи класифікації частин мови, яку запропонували олександрійські грамматики, ця класифікація міцно закріпилася в науці та використовується зараз з певними змінами.

Фундаментально розглядав поділ слів на частини мови і учений В.В. Виноградов. На його думку, тільки носіїв номінативної функції та самостійного значення, таких, як ім'я (прикметник, іменник, предметно-особовий займенник, числівник та дієслово), категорія стану та адвербатив можна назвати «частинами мови» [1, с. 65].

В англійській мові є дві групи прикметників: відносні та якісні. За морфологічним складом прикметники поділяються на три групи: прості, похідні та складні. Прості прикметники – це прикметники у своїй початковій формі, без суфіксів та префіксів: *big, tall, red, small* і т.д. Ширшу групу становлять похідні – «прикметники, що утворені за допомогою префіксів або суфіксів від інших частин мови або від основи інших прикметників» [3, с. 87]. Наприклад, *beefy, impressed, irregular* та ін. Зазвичай вони також утворюють і ступені порівняння. Складні – прикметники, утворені шляхом поєднання двох окремих слів: *open-mouthed, high-heeled, long-fingered* і т.д.

До найхарактерніших суфіксів англійських прикметників В. Каушанська відносить: -ant, -ent, -ary, -ory, -ful, -ive, -less, -ous, -ish, -y [2, с. 86]. Прикметники у своєму складі також можуть містити префікси. Кожен має своє значення. Серед найпоширеніших можна виділити такі префікси: *anti-* у значенні *анти*; *auto-* – *авто*; *bi-* – *дво*; *multi-* означатиме *багато*-; *post-* – *після*; *pre-* – *до якогось часу*; *semi-* – *напів*; *super-* – *над*. Щодо основоскладання в англійській мові, то можна сказати, що – це поєднання двох слів. В англійській мові немає ніяких додаткових сполучних голосних чи суфіксації основи. Це повні два слова, які пишуться разом або через дефіс (*overcrowded, snow-white, cold-blooded*).

Людство зацікавлене прикметником уже протягом більше двох тисяч років, досліджували його різні мовознавці, а нові прикметники постійно формуються та використовуються. Таким чином, можна з упевненістю говорити про наявну перспективу подальшого наукового розроблення теми прикметників та їх морфологічного складу.

Література

1. Виноградов А.В. Русский язык: Грамматическое учение о слове / А. В. Виноградов. – Москва: Высшая школа, 2001. – 709 с.
2. Каушанская В.Л. Грамматика английского языка: пособ. для студ. пед. ин-тов и ун-тов (5-е изд., исправленное и дополненное) / В. Л. Каушанская, Р.Л. Ковнер, О. Н. Кожевникова. – Москва: Айрис–пресс, 2008. – 380 с.
3. Хоменко Э.Г. Грамматика английского языка / Э. Г. Хоменко. – Київ: Знання, 2015. – 478 с.

ПРИКЛАДНА ЛІНГВІСТИКА: КОРПУСНА ЛІНГВІСТИКА, КОМПЮТЕРНА ЛЕКСИКОГРАФІЯ, ТЕРМІНОЗНАВСТВО ТА ТЕРМІНОГРАФІЯ, ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ КВАНТИТАТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ, МОДЕЛЮВАННЯ СПІЛКУВАННЯ, МЕДІЯ ЛІНГВІСТИКА / APPLIED LINGUISTICS: CORPUS LINGUISTICS, COMPUTER LEXICOGRAPHY, TERMINOLOGY AND TERMINOGRAPHY, APPLIED QUANTITATIVE LINGUISTICS, COMMUNICATION MODELING, MEDIA LINGUISTICS

Давиденко В. І.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(м. Київ, Україна)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ЛЕКСИКОГРАФІЇ

Англійські лексикографи вважаються лідерами у світовій практиці укладання словників, - і відповідно, англомовні твори - зразковими, з

інноваційними складовими, що реалізуються у підходах, відборі мовного чи фактичного матеріалу, технологіями, орієнтацією на аудиторію з метою зробити користування виданням ресурсним і зручним.

Потенціал словникарства, стрункість, універсальність, простота та вичерпність опису, комфортність для адресатів обумовили тенденцію до лексикографічного представлення результатів дослідження не тільки всіх рівнів мовної структури, але до опису явищ/фактів, що належать до інших галузей знань.

Як зазначають мовознавці, «зараз важко знайти абсолютно «чистий» за типологією лексикографічний твір, у якому повністю була б відсутня додаткова (іншоаспектна) інформація» [1, с. 4].

Наразі з'явилося багато нових типів англомовних словників з рисами та особливостями, що відрізняють їх від традиційних словникарських праць, раніше виданих у Великобританії та США.

За дослідженнями вчених, останнім часом в англомовній лексикографії спостерігаються такі процеси:

- інтеграція словникарських форм, яка виражається у появі тлумачних словників з елементами конкордансу, тезаурусу або словники цитат і прислів'їв, матеріал в яких представлений не за алфавітом, а за тематичним чи комбінаторним принципом;

- тенденція до міждисциплінарного характеру англомовних праць, що знайшло відображення у тісному контакті цих словників із термінографією, корпусною лінгвістикою, інформатикою, культурологією, математичною лінгвістикою й іншими галузями знань [2, с. 25].

Так, наприклад, у XXI столітті з'явилася праця «*Longman Grammar of Spoken and Written English*» (2000), що ґрунтується на корпусі (corpus LSWE), який включає 40 мільйонів слів і який забезпечує міцну основу для надійного аналізу граматичних закономірностей [5, с. 24]. У передмові зазначено, що ця книга пройшла складний процес написання і включає

багато видів спільної роботи - комп'ютерної, редакторської та авторської [5, с. vii].

Ця граMATика складається з таких розділів: A. Introductory; B. Basic grammar: description and distribution; C. Key word classes and their phrases. D. More complex structure. E. Grammar in a wider perspective.

Дослідники наголошують, до довідникових ресурсів, що нещодавно з'явилися, можна віднести велику кількість різнопланових творів, укладених на матеріалі дитячих кінофільмів і комп'ютерних ігор, які створюються не тільки лексикографами, але й самими користувачами. Наприклад: «*The Unofficial Guide to Harry Potter*» [3]

В англійській лексикографії сформувався новий напрям, що об'єднує так звані словники для хобі або словники для задоволення (fun dictionaries), а саме: довідники кросвордів і анаграм. Наприклад: «*Collins Million Word Crossword Dictionary*» [4] [2, с. 25] .

Останнім часом в англійськомовному лексикографічному середовищі інтенсивно розвиваються п'ять нових напрямів: 1) волонтерська (volunteer); 2) партнерська (collaborative); 3) комерційна (commercial); 4) любительська лексикографія (lexicography for fun); 5) критика словників (dictionary reviewing) [2, с. 27]

Дослідження в руслі сучасної англійськомовної лексикографії відкрили сторінку якісно й кількісно нового етапу в розвитку теоретичної й прикладної лексикографії.

Наразі англійськомовна лексикографія характеризується тенденцією до інтеграції словникарських форм, появою праць міждисциплінарного характеру, довідників до дитячих кінофільмів і комп'ютерних ігор, словників для хобі, або для задоволення тощо.

Отже, сучасні словники демонструють різноманітні напрями діяльності англійських і американських авторів, «лексикографування» інформації або матеріалів з будь-якої галузі знань, появу нових типів творів, розкривають широкі можливості користування адресатами

енциклопедичними, довідниковими виданнями, працями з термінології, фразеології, сленгу, нових слів, словосполучень тощо.

Література:

1. Дубічинський В. В. Українська лексикографія: історія, сучасність, та комп'ютерні технології: навч. посіб. Харків: НТУ «ХП», 2004. 164 с.
2. Карпова О. М. Новые вызовы современной английской лексикографии. *Вестник ВГУ. Серия. «Лингвистика и Межкультурная коммуникация»*, 2018. Вып. 3. С. 24-28
3. Down E. *The Unofficial Guide to Harry Potter*. Chichester : Summersdale Publishers Ltd, 2005. 128 p.
4. Newman St. *Collins Million Word Crossword Dictionary*. Glasgow : HarperCollins, 2004. 1280 p.
5. Longman Grammar of Spoken and Written English. Harlow, 2000. 1204 p.

Tamrazyan H.S.

National Pedagogical Dragomanov University (Kiev, Ukraine)

CORPUS BASED COMPARATIVE ANALYSIS OF THE RESEARCH PAPERS OF THE UKRAINIAN AND ARMENIAN STUDENTS

Our current **research interest** is to reveal the influence of English on university students' scientific thinking, so we took up the corpus study of the uses of English for academic purposes by Armenian and Ukrainian undergraduates. There is lots of evidence that students in post-Soviet states, in this particular case in Armenia and Ukraine, sometimes struggle with producing academic writing to a required standard. As a result, they often get discouraged from concentrating on the topic of their research work and spend more effort on trying to meet the language requirements neglecting the research part. Moreover, this serves bases for plagiarism and unethical behavior among students.

At this stage, **the research aim is** to identify the differences between the academic language that Ukrainian and Armenian graduate students encounter during their studies and the academic language for writing their research papers. Moreover, we tried to identify the influence of the "input language" on the "output

language." In this paper, we present the initial results of the pilot research work in progress.

The theoretical bases include disciplinary and interdisciplinary approaches to academic writing, language choice, verbal cognition, language acquisition, second language acquisition [1; 2; 3].

The first method used for this research is the quantitative analyses of the linguistic data extracted from the corpus. After, the qualitative methods of linguistic analysis were applied to these extracted samples to identify and understand the nature of the misusages of linguistic units, the students' linguistic preferences, and the problems they face while reading and producing academic writing. We have also interviewed 19 Ukrainian and 19 Armenian students.

We managed to create two corpora. The first corpus consists of 7 files, 8858 tokens, and 4277 types. The second corpus consists of 7 files, 7544 tokens, and 3987 types. We sorted according to the topic of the final papers (7 topics).

The first corpus contains the introductions and the conclusions of the papers written by the students of the National Pedagogical Dragomanov University; the second corpus contains the papers of the Yerevan State University and Armenian State Pedagogical University students.

We have compared 1. the references 2. the academic vocabulary 3. the general English mastery.

In this paper, we are presenting **the initial results** of the pilot research work in progress. More than 65% of the sources used by the Ukrainian students were either in Ukrainian or Russian. On the contrary, more than 69% of the Armenian students' sources were in English. To the question 'which language the students prefer to read the materials concerning their research papers', 17 of the 19 Ukrainian students answered "Ukrainian or Russian." Armenian students prefer using English sources. This and more evidence support the hypothesis that the language of the research paper determines the choice of the input language and the sources.

The academic vocabulary and the general English mastery and the academic vocabulary were assessed with the corpus tools' help. The two corpora were compared with the help of the Keyword tool of the LancsBox software. As a result, we noticed that the terms used in the works written in English were taken from the western terminology system, whereas the terms used in the Ukrainian students' papers were more typical of the Soviet and post-soviet schools of linguistics and science in general.

The results of the current study and the previous research [4, pp. 374-377] demonstrate that students gradually develop the topic of their research and their learning and cognitive capacities. What is more, they get acquainted with scientific discourse, which contains such elements as academic skills, language skills, intercultural sensitivity, and understanding. Moreover, scientific writing helps develop an enhanced understanding of the scientific discourse of their native language and English written patterns and English as a system in general.

References

1. Kutz, E. (1986). *Between Students' Language and Academic Discourse: Interlanguage as Middle Ground*. *College English*, 48(4), 385-396. doi:10.2307/377266
2. Leont'ev, A. A., & James, C. V. (1981). *Psychology and the language learning process*. Oxford: Pergamum Press.
3. Joseph D. Novak. A theory of education: meaningful learning underlies the constructive integration of thinking, feeling, and acting leading to empowerment for commitment and responsibility. *Aprendizagem Significativa em Revista/Meaningful Learning Review – V1(2)*, pp. 1-14, 2011.
4. Tamrazyan H. S (2018). *"The development of language competencies and research culture of students through research work."* Conference Proceedings of the 11th International Conference "Innovation in Language Learning" Edited by Pixel, Florence, Italy 2018.

**ВЖИВАННЯ АНГЛІЙСЬКИХ ПРИКМЕТНИКІВ НА ПОЗНАЧЕННЯ
АБСОЛЮТНИХ ЯКОСТЕЙ В РОМАНІ ДЖ. РОУЛІНГ "ГАРРІ
ПОТТЕР І В'ЯЗЕНЬ АЗКАБАЛУ" ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ВІДТВОРЕННЯ
УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ: КОРПУСНИЙ ПІДХІД**

Кожна країна має свою ідентичність і ця ідентичність безпосередньо передається через мову. Кожна мова є унікальною і має свої особливості. Ці особливості часто проявляються в граматиці, яка відрізняється своїми морфологічними, синтаксичними, стилістичними положеннями. Жодна з частин мови не прикрашає мову настільки як це робить прикметник.

У творі Дж. Роулінг «Гаррі Поттер і в'язень Азкабану» використовується велика кількість прикметників для опису магічного світу, зовнішності\характеру героїв, тощо. В тому числі використовуються прикметники на позначення абсолютних якостей.

«Прикметник – частина мови, що виражає статичну ознаку за допомогою синтаксично залежних граматичних категорій роду, числа й відмінка» [1, с. 281]. Прикметники на позначення абсолютних якостей – це прикметники, які не мають ступеня порівняння, вони є абсолютними. Логічне значення цих прикметників не допускає вищого та найвищого ступеня порівняння. Визначальна семантична особливість прикметника полягає в тому, що він виражає статичну ознаку предмета. Граматична відмінність прикметника від інших частин мови полягає в тому, що він узгоджується з опорним для нього іменником у роді, числі й відмінку. Семантичні й морфологічні показники прикметника тісно пов'язані з його синтаксичними характеристиками.

Лінгвісти також наголошують, що оцінність є «первинною семіологічною функцією прикметника як частини мови, її частиномовної специфіки, що відрізняє прикметник від інших частин мови» [3, с. 97].

Категоріальний статус прикметників може суттєво відрізнятися залежно від того, який підхід до частини мовної класифікації приймається дослідником. В сучасних описових граматиках прийнято брати за основу комплексне визначення, що враховує морфологічні, синтаксичні та семантичні критерії виділення. Морфологічні властивості прикметника – категорії роду, числа і відмінка, ступеня порівняння. Семантично прикметники, більш ніж інші категорії, здатні приймати різні значення залежно від їхнього контексту. Прикметник як частина мови не тільки є універсальною категорією, а й становить клас слів, найменш специфікований в порівнянні з іншими морфологічно-синтаксичними класами. З синтаксичного погляду, прикметник може бути предикативним або атрибутивним. З семантичного погляду сенс прикметників може змінюватись залежно від контексту, в якому вони опиняються. Жодна система і класифікація не може ігнорувати прикметники: щоб правильно аналізувати, генерувати, перекладати мови або індексувати текст, нам необхідно розуміти значення прикметника.

У сучасній лінгвістиці успішно розвивається корпусно-когнітивний напрямок лінгвістичних досліджень. В його основних цілях лежить системне застосування корпусного підходу в сфері когнітивних лінгвістичних досліджень, зокрема, при аналізі семантики слова, і розробці нових, комплексних методів аналізу в рамках корпусного підходу.

Корпус – це не просто інструмент, це більше, ніж інструмент, тому що використання цього інструменту дуже сильно змінює наше уявлення про мову. Перш за все, крім традиційних завдань науки про мову, корпус дає можливість ставити і вирішувати абсолютно нові завдання, які в докорпусну епоху якщо і приходили в голову лінгвістам, то просто відкидалися через нездійсненність. Це – перш за все, завдання, які пов'язані з дослідженням

великих масивів тексту – все, що раніше було занадто трудомістким, зараз може вільно досліджуватися [4, с. 139].

Прикметники відображають переконливі аспекти в загальній мові, але вони також роблять це і в конкретних доменних дискурсах. Вони відповідають за класифікацію подій або їх суть, опис їхніх якостей, висловлення думки, судження або емоційного ставлення до суб'єкта або конденсаційне оцінювання в одній лексемі. Прикметники на позначення абсолютних якостей не є контекстно-залежними в такій мірі як відносні прикметники. Невелика кількість цих прикметників може мати декілька значень.

Прикметники, які позначають абсолютну якість в англійській мові, часто втрачають свою абсолютну характеристику в перекладі. В деяких випадках вони замінюються іншими частинами мови, інколи крилатими фразами та часто взагалі пропускаються в перекладі. Часто переклад за допомогою прямого лексичного еквіваленту неможливий або неадекватний.

Література

1. Вихованець, І.Р., Городенська, К.Г. (2004). Теоретична морфологія української мови. (400 с.). Київ: Пульсари.
2. Гращенков, П.В, Кобозева, И.М. (2017). Семантические классы и управление прилагательных. (149 с.). Москва.
3. Заботкина, В.И., Кронгауз, М.А., Шаронов, И.А., Позднякова, Е.М., Голубкова, Е.Е., Суворина, Е.В., Котов, А.А. (2015). Методы когнитивного анализа семантики слова: компьютерно-корпусный поход. (344 с.). Москва: Языки славянской культуры.
4. Huddleston, R. D., Pullum, G. K. (2002). The Cambridge Grammar of the English Language. (381 p.). New York: Cambridge University Press.
5. Kennedy, C. (2007). Vagueness and grammar: The study of relative and absolute gradable predicates. (145 p.). New York: Cambridge University Press.

FUNCTIONAL AND STYLISTIC FEATURES OF BUSINESS ENGLISH LANGUAGE

With the high-speed development of human society, business English plays an extremely important role in Business trade between companies, cities, even countries. Because of this, the specific application of business English is becoming more and more significant in complicated international business activities. A different word may cause a big price; an informal business letter seems less persuasive than a formal one. Therefore, the specific application of business English contains word usage, form, syntactic characteristics, sentence structure, even text structure. In short, these all belongs to the stylistic features of business English, this article aims to clearly state the stylistic features of business English based on the theory of functional linguistic, especially in business writing and business document.

Business English is a functional variant of modern English; it is total different of ordinary English in terms of word usage, sentence composition, and text construction. Only by accurately grasping the style of business English it can be used appropriately and achieve results. First, the content of business English and its readers are highly targeted. In order to make readers understand at a glance, the business English language must be concise and organized. Business English fully reflects this feature in terms of vocabulary and sentence patterns. The use of business terms and professional vocabulary makes expressions more concise. In the long-term use and development of business English, some commonly useful terms have gradually formed. The use of these terms has reduced some expression barriers for business people in different countries in business.

For example: GDP (gross domestic product), A / C (account) account; IPO (Initial Public Offerings) IPO. These professional vocabularies have a single meaning and are concise and clear. When used in business communication, they

can not only ensure the standardization of speech, but also reduce the error of expression, while improving the efficiency of communication.

The professional use of general vocabulary makes the expression concise. In long-term business communication, some "general vocabulary" have expressed a new meaning due to the characteristics of the industry, and gradually evolved into a fixed usage in business English. For example, the word "bill of exchange" often used in business communication was originally expressed in "Bill of Exchange", but it should now be more expression in "Draft". If these words appear in business communication, they will give new meanings instead of the meanings expressed in general texts.

Refined sentence expression. Use concise sentences or short compound sentences in business communication, avoid the use of idioms, so that the expression is more plain and simple, and the communication is more refined. For example: Please make sure that an enquiry is conducted to determine the reason.

In communication, business English must have international universality and not be too spoken. The style of business English should be between formal and consultative, so it has a formal, strict and solemn stylistic style.

Use of idiom prepositions. The frequent application of idiom prepositions in business English will make business texts have formal and solemn stylistic features. For example: "Foreign exchange is a commodity, and its price fluctuates in accordance with supply and demand; exchange rates are published daily in the principal newspapers of the world." In this sentence, the idiom preposition "in accordance with" is used; "According to" is not used, because idiom prepositions are more formal and suitable for use in business English.

Use of compound adverbs. Compound relational adverbs are rich in meaning and accurate in expression. They can be used in business English to embellish the formal and serious stylistic features of business English. For example, "Please find the enclosed cheque herewith." In this sentence, "herewith" is used as a compound adverb, which makes the whole sentence show a very formal stylistic feature.

Similar compound adverbs are "hereunder", "hereby", "hereof", "therefrom", "thereon", etc.

Nominalization of verbs. In business English, nouns are often used to nominalize verbs, which can make language expressions more formal and solemn. In addition, the meaning that needs to express in sentences can be expressed by noun phrases, so that the style interest is concentrated and the language is clear and concise. Example: "Since the establishment of diplomatic relations between the two countries in 1992, government trade agreements and investment protection have been signed."

Business English, as a practical style, plays a very important role in the accurate communication of information in the language expression of business communication. It has unique language characteristics and stylistic style. Due to the obvious differences between Business English style and general English style, for business English learners, to master these style characteristics is of great significance to apply it to actual business activities.

Гоголь І.В.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

EXPRESSING POSITIVE EMOTIONS BY MEANS OF THE VERB "TO GET" (ON THE EXAMPLE OF MODERN ENGLISH FICTION)

A verb is a word that shows an action, an event or a state. A sentence may either have a main verb, a helping verb or both. In other words, a verb is a word that informs about an action, an existence of something or an occurrence. The verb is the main word in a sentence. In English, there are several types of verbs that are used in fiction and language. Thus, depending on the need or context of the sentence, different forms and types of verbs can be used. That is why the verb "to get" which we are researching can express different emotions in the text or in colloquial language.

Researching the topic of verbs and in particular "to get", we found that among the general public there is an opinion that all the rules of grammar taught in schools and some universities are vital for clear and logical expression of ideas. And this is not surprising, because standard, correct English is the language of the press and television, it is spoken by the best and smartest [4, p. 27]. Linguists, however, ignore all these statements because their vision of language is based on the fact that linguistic changes are quite slow in time and barely noticeable for perception in everyday life. They become clear only in historical perspective. I believe that modern linguistics is based on the following:

1. Any language is in a constant process of development on the way to a qualitatively new level. Forms that are considered incorrect at this stage may in the future become the very elements that will make up the "standard" language of the future.

2. Any language is practically a package of dialects, none of which can be perceived as a degraded language, because they all arise as a result of a slow, continuous process of evolution.

3. None of the many languages that exist in the world has changed in common sense and logic: what today seems illogical in one version of the language, in another may become the norm. Thus, the fundamental position with which we must agree is that all living languages change for one simple reason: all speakers of a language cannot speak exactly the same, there is always variation [1, p.51].

The English language, as one of the most widespread in the world, is undergoing constant changes and evolution. This trend can be traced back to ancient times, as Old English is very different from the modern one. One of the trends in the development of the English verb was to reduce the number of so-called strong verbs (verbs with alternating vowels in the root).

A verb is an important part of a sentence that describes an occurrence, a mental/physical action, or existence of a condition or a state (to exist, to be). It originated from the Latin word *verbum*, which means "a word". Verbs bring

emotions and movement to texts and fiction. Without verbs in the texts nothing happens. Verbs move people's history both literally and emotionally. Characters and fiction cannot do without verbs.

The verb "to get" is one of the most polysemantic in the English language. According to the dictionary of frequency E. Thorndike and I. Lord, the verb "to get" is among the first thousand most used words in the English language, because it is registered more than 100 times per one million words usages. We consider verbs as a means of expressing emotions, both positive and negative. What Are Positive Emotions? Positive emotions are emotions that we typically find pleasurable to experience. The Oxford Handbook of Positive Psychology defines them as "pleasant or desirable situational responses distinct from pleasurable sensation and undifferentiated positive affect" [3, p.246].

Our research has shown that verbs can control a story in different ways, helping the reader to see the action, to see how the character moves when he is covered by events in his story. A character who grimaces is different from one who races or slides. The hero of a book who actively seeks or watches is different from one who simply sees. Verbs can captivate readers by enticing them to follow the characters and their adventures. Verbs also express feelings and emotions and help the reader feel the same way.

Across languages, and even within one language, people make use of several metaphorical expressions to convey various elements of emotional experience. In our opinion, language, being the main tool of human communication, not only provides information exchange of speakers, but also reflects their emotional state in the act of communication. If communication, as a linguistic phenomenon, began to be actively studied by scientists in the XX century, the emotional factor, as an inseparable unit of communication, remained in the shadows.

This research has confirmed that "to get" is a universal and multifaceted verb, as it is frequently used, and its meanings appear and disappear in the language at a tremendous rate. Our analysis has focused on discovering the

ambiguity and universality of the English verb "to get" in Sophie Kinsell's novel "The Secret Dreamworld of a Shopaholic"[5].

References

1. Антонюк Н. М., Славова Л.Л. Present-day English Terminology: Theory and Practice: [навч. посіб. (англ. мовою)]. – Житомир: Вид-во ЖДУ, 2016. – 120 с.
2. Aitchinson J. Language Change: Progress or Decay? / J. Aitchinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1998. – 208 p.
3. Christiansen, M. H. and Chater N. Language as shaped by the brain. Behavioral and Brain Sciences, 2008. – 509 p.
4. Whorter J. Word on the Street. Debunking the Myth of a «Pure Standard English / J. Whorter. – New-York, Basic Books, 2001. – 300 p
5. Sophie Kinsella (Madeleine Wickham) The Secret Dreamworld of a Shopaholic, 2000. – 317 p.

Чернявська С. В.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Англійська мова, як і будь-яка інша, розвивається та наповнюється новими лексичними одиницями. В системі мови, в своєрідності її лексичної та граматичної будови відображається те, як людина сприймає навколишній світ. Своє бачення реального світу людина виражає не тільки мовою жестів, але й словесно.

Найбільш суперечливим поняттям у сучасній лінгвістиці є КОНЦЕПТ. Щодо його визначення не існує єдиної точки зору, натомість існує безліч інтерпретацій та дефініцій. Слово «концепт», від латинського «conceptus», що означає «поняття», є багатозначним терміном, який в останні роки увійшов у науковий ужиток. Не дивлячись на частоту використання цього терміна, він не завжди має чітке тлумачення або частково ототожнюється зі словом «поняття» [2, ст. 69].

Існує мінімум два підходи до вивчення цього явища – лінгвокогнітивний та лінгвокультурний. Лінгвокогнітивний концепт – спрямування від індивідуальної свідомості до культури, його розуміння базується на розмежуванні ментальної сутності «уявлення – поняття» і мовних форм їх утілення; лінгвокультурний концепт – спрямування від культури до індивідуальної свідомості [1, ст. 123]. Класичним тлумаченням цього терміну, на думку О.О. Селіванової, вважається визначення у «Короткому словнику когнітивних термінів», запропоноване О.С. Кубряковою, а саме: концепт – це «термін, що служить поясненню одиниць ментальних і психічних ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, що відображає знання і досвід людини; це оперативна змістовна одиниця пам'яті, ментальної лексики, концептуальної системи та мови мозку, всієї картини світу, відображеної у психіці людини» [3, ст. 121].

Мовну репрезентацію концептів досліджували А. Вежбицька (концепти, які по-особливому організують граматичну систему мови); С. А. Жаботинська (пропонує класифікацію на основі їх вербалізації), а також Ю. С. Степанов, В. І. Карасик, В. А. Маслова, Н. Д. Арутюнова, Ю. Нікішина, Н. В. Гришкова, О. О. Потебня та інші [1, ст. 123].

Концепт репрезентується в мові:

1) готовими лексемами та фразеосполуками зі складу лексико – фразеологічної системи мови, які мають «відповідні до випадку» семми або окремі семи різного рангу (архісеми, диференціальні семи, периферійні (потенційні, приховані); 2) вільними словосполученнями; 3) структурними та позиційними схемами речень, несущих типові пропозиції (синтаксичні концепти); 4) текстами та сукупностями текстів (при необхідності експлікації або обговорення змісту складних, абстрактних або індивідуально – авторських концептів) [4, ст. 313].

Мовний знак представляє концепт в мові, в спілкуванні. Слово представляє концепт не повністю – воно своїм значенням передає декілька основних концептуальних ознак, релевантних для повідомлення [4, ст. 313].

Важливою формою актуалізації концепту є вербалізація. Цим називають процес вираження за допомогою слів, мови та мовлення. Також вербалізацію розуміють як процес створення мовних зворотів або формулювань. Під вербальною комунікацією розуміють спосіб передачі повідомлення чи інформації, що передбачає цілеспрямований словесний спосіб обміну певними повідомленнями, мовна сторона яких має ієрархічну структуру (від фонем до тексту й інтертексту) й виступає в різних стилістичних різновидах (розмовна й літературна мова, діалекти й соціолекти, різні стилі та жанри).

В англійській мові наявні чимало концептів, дослідженням яких займалися різні лінгвісти. Серед найбільш відомих досліджуваних концептів: ЧАС, ЯВИЩА ПРИРОДИ, МИСТЕЦТВО, ІНФОРМАЦІЯ, POLITICAL GLOBALIZATION, КОХАННЯ, ARROGANCE, MARRIAGE та інші.

Концепти є важливим у культурі та свідомості людини. Вони відіграють певну роль у поглядах та поняттях, які визначаються як загальне розуміння та сприйняття світу людиною, її місце в ньому. Сучасний розвиток когнітивної лінгвістики дає змогу досліджувати багато концептів за найрізноманітнішими параметрами в сучасній англійській мові, яка значно збагатилася новими лексичними одиницями.

Література

1. В.В. Гізер Особливості вербалізації концепту в тексті культури: перекладознавчий аспект/ Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія філологія. - 2014. - Т. 2, №10. - С. 123-125.
2. І. Фісак Категорія «КОНЦЕПТ» у сучасному науковому дискурсі/Філологічні науки. -2014. - № 17. – С. 69-77.
3. Н.М. Мікава Вербалізація концепту HAIR в англійській художній прозі/ Записки з романо-германської філології. – 2015. – Вип. 2 (35). – С.120-124.
4. О.О. Ваховська Мовні засоби вербалізації концептів/ Конференція Університетська наука – 2009. – 2009. – С. 313-314.

ІСТОРІЯ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ АНГЛОМОВНИХ КІБЕРНЕОЛОГІЗМІВ

Англомовні кібернеологізми як феномен мимоволі входить в наше реальне життя з віртуальної мережі і постійно проникає у багато аспектів нашого життя. Це змушує глибоко усвідомити, що інтернет не тільки змінює спосіб життя, а й змінює мову. Кібернеологізм можна використовувати не тільки в чатах, BBS і E-mail, а й в нашому повсякденному житті [2, с. 1]. Наприклад, *Wi-Fi* (Wireless Fidelity-Бездротова вірність), *app.*(application-додаток), *B2C* (Business to Customer - Бізнес із замовником), *datasexual* (Людина, яка нав'язливо збирає та ділиться даними про власне життя, щоб покращити самопізнання та прикрасити самопрезентацію.), *honeynet* (Мережа, створена для залучення комп'ютерних сухарів, щоб можна було спостерігати їх дії).

Існують три основні фактори, які викликають кібернеологізм. По-перше, швидкий розвиток Інтернету є об'єктивною умовою формування кібернеологізму [1, с. 53]. По-друге, зростаюча кількість нетизинів є важливою умовою формування кібернеологізму. Людський інстинкт відмовитися від старого для нового, менталітет користувачів мов шукати різноманітності та змін часто є причиною еволюції слова. По-третє, сама мережева мова має чарівну умову. Мережева англійська мова як абсолютно новий мовний режим у віртуальній мережі розквітає у сяючій пишності, більшість нетиценів виявляють особливу перевагу до неї.

Відповідно до існуючої ситуації, в майбутньому будуть три тенденції розвитку кібернеологізму [1, с. 53-54]. Перша тенденція: кібернеологізм вийде з мережі, а потім інтегрується в суспільство. Ця частина неологізму в основному включає деяку основну лексику та деяку визнану лексику. Друга

тенденція: залишаючись у мережі, стає частиною мережевого діалекту. Наприклад, різні емодзі. Третя тенденція: деякі мережеві слова легко прийти, легко піти, стануть влучними та основними за довгу історію розвитку мови. Дослідження щодо виникнення та розвитку кібернеологізму мають велике значення для студентів, які вивчають англійську мову.

Література

1. Лю Янь, Ван Доу Виникнення та розвиток кібернеологізму *Журнал університету Муданьцзян*: пер. з китай. 2010. № 4. С. 52-54.

2. Wang Xiaohan The Word-formation and Translation Skills of Chinese and English Cyber-neologisms: diss... master. Philol. Science. China , 2014. 1p.

СЕМІОТИКА: ЛІНГВОПРАГМАТИКА, ФУНКЦІЙНА ЛІНГВІСТИКА / SEMIOTICS: LINGUOPRAGMATICS, FUNCTIONAL LINGUISTICS

Підгаєцька С.Л.

*Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова
(Київ, Україна)*

ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ ФРАНКОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Текст франкомовної реклами – це невеликий за розміром твір, створений з метою повідомлення інформації про певні товари або послуги та спонукання до їх придбання, у якому використовуються елементи розмовного, публіцистичного і літературно-художнього стилів.

Стилістика рекламних текстів визначається лінгвопрагматичними властивостями реклами, її функціями, прагненням рекламодавців повідомити інформацію, привернути увагу потенційних покупців і спонукати їх до придбання товарів або послуг [2, с.197-202]. У рекламі часто поєднуються публіцистичний і розмовно-побутовий стилі.

Структура рекламних текстів складається з початкової, основної, та частин та висновків. Основна частина рекламного повідомлення часто представлена слоганом. У сучасній науці поняття «реklamний слоган» є досить широко поширеним, він є оригінальним девізом, що використовується компанією для досягнення комерційної мети і будується за допомогою певних мовних і стилістичних засобів таких, як вибір слів і словосполучень, що наближені до повсякденної мови, характеризують переваги товару чи послуги і виражають турботу про клієнта, прагнення допомогти йому; оригінальна комбінація слів, що привертає увагу споживача, сприяє запам'ятовуванню тексту реклами.

Визначення різних типів франкомовних рекламних повідомлень здійснюється за допомогою класифікацій французької реклами, розроблених на основі вивчення наукової літератури та аналізу рекламних текстів. Одним із критеріїв є види речень за метою висловлювання, що використовуються у текстах рекламних повідомлень або їхніх слоганах (розповідні, спонукальні, питальні). А відтак франкомовну рекламу було класифіковано як слогани-констативи (реклама засобів для волосся фірми «Dove» стверджує: *Plus que réparés, des cheveux renforcés, comme neufs* – Більш ніж відновлене, волосся зміцнене, як нове), слогани-директиви (реклама журналу «*Guide Cuisine*» закликає: *Changez d'opinion sur vos talents de cuisinière* – Змініть думку про ваші кулінарні здібності) та слогани-квеститиви (реклама курсів французької мови для іноземців, розміщена на баннері із зображенням дівчини: *Voulez-vous étudier avec moi?* – Чи хочете ви навчатися зі мною?)

Іншим критерієм класифікацій є використання у текстах франкомовних рекламних повідомлень особливих лінгвістичних і стилістичних засобів, що спрямовуються на досягнення мети реклами (привертають увагу споживачів, сприяють її запам'ятовуванню, характеризують значні переваги товару). Згідно з цією класифікацією, тексти французької реклами можна поділити на такі, у яких використовується гра слів, їх переносному значенні (*Ne soyez pas en froid avec l'hiver*-Затоваришуйте з зимою), прикметники вищого та

найвищого ступенів (м'ясо «Charal»: *Le meilleur de la viande toujours à votre table!* – Найкраще, що може бути у м'ясі, завжди на вашому столі), мовне звертання до адресатів (постери засобу для засмаги Point Soleil закликають: *Souriez, vous êtes bronzés!* – Посміхайтесь, ви засмагли!)), співзвучність слів або римування (рими чи співзвучності з торгівельною маркою, як наприклад: *Knorr, j'adore* – Кнор, я обожаю), порівняння (спортивне взуття фірми «Nike» рекламується так: *Légère comme l'air* – Легке, як повітря).

Характеристика стилістичних властивостей рекламного повідомлення як засобу мовного маніпулювання свідчить про використання особливостей мови з метою впливу на адресата та нав'язування споживачеві певного уявлення про товар, ставлення до нього, певного наміру, які не збігаються з тими, що споживач міг би сформулювати самостійно [3, с.124-129].

Маніпулятивні завдання реклами реалізуються за допомогою інформації, яка може передаватися двома способами: явно (відкрито) і приховано (замасковано). Відповідно зміст рекламних повідомлень може бути експліцитним (явним, відкритим) або імпліцитним (неявним, прихованим), для розуміння якого потрібно знати не лише текст повідомлення, а контекст його створення, сутність якого переважно полягає у прагненні продати товар або послугу.

Література

1. Буцикіна Н.С. Нейролінгвістичні особливості франкомовного рекламного дискурсу/ Н.С. Буцикіна//Наука і сучасність.- 2005.-Вип.52.-С.135-142.
2. Зелена Ю. Лінгвопрагматичний аспект сучасного франкомовного рекламного тексту/Ю.Зелена//Вісник Львівського університету.-Серія: іноземні мови.- 2013.-Вип.21.-С.197-202.
3. Крєкотонь О.В. Сучасні тенденції вживання рекламних повідомлень у вивченні французької мови [Електронний ресурс] / О.В. Крєкотонь Вітчизняна наука на зламі епох: проблемі ті перспективи розвитку: збірник наукових праць.- Переяслав-Хмельницький, 2017.- Вип. 33.- С.124-129.

КОГНІТИВНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ЛЕКСИЧНОЇ БАГАТОЗНАЧНОСТІ

На сучасному етапі вивчення полісемії використовуються декілька підходів до її розгляду, серед яких ключовими є структурний, семантичний та когнітивний. Більшість вчених досліджує полісемію як один з результатів семантичного варіювання мовного знака, що відбувається під впливом лінгвістичних (внутрішня організація мови; економія та аналогія тощо) і екстралінгвістичних (необхідність номінації нових предметів і явищ; наявність різних соціальних і професійних груп, які по-різному використовують слово та інші) чинників. Таке варіювання розглядається як результат відсутності ізоморфізму і асиметрія між планом вираження і планом змісту. Якщо перше проявляється у відносно незалежному розвитку двох сторін знака, то друга властивість впливає на їх нерівномірний розвиток і можливість вираження одного змісту в декількох формах, а також на використання однієї форми для вираження різного змісту, результатом якого можуть бути синонімія або полісемія.

Проте такий підхід залишає поза увагою науковців психо- та нейрофізіологічні процеси, які забезпечують варіювання мовного знака, здібності людини до його використання для номінації часом принципово різних об'єктів, а також характер подання полісемантів у ментальному лексиконі [2, с. 46].

При використанні когнітивного підходу мова вивчається не як особлива знакова система, а як ментальна здатність людини до специфічної мовної діяльності, в тому числі і здатності до багаторазового використання мовного знака в різноманітних функціях. У такому разі полісемія не є результатом будь-яких недоліків, наприклад, обмеженості пам'яті, мовних

ресурсів тощо, а є одним із результатів мовного мислення і процесів концептуалізації, категоризації та номінації, які обумовлені біологічною, психічною та соціальною природою людини, і лежать в основі такого мислення [2, с. 47].

Когнітивний підхід до вивчення полісемії використовують багато як іноземних, так і вітчизняних вчених-дослідників, серед яких можна виділити роботи О. С. Кубрякової, Л. М. Лещової, С. А. Песіної, О. В. Барабаш, І. Г. Ольшанського, А. Залізняка, М. С. Бродської, П. Діна, Дж. Лакоффа, Р. Джекендоффа та інших.

Як зазначалося вище, когнітивна лінгвістика передбачає вивчення проблем знання та свідомості, тому дослідження в області лексичного значення та полісемії використовуються для вивчення концептуалізації, категоризації, розвитку та функціонування мовної свідомості, діяльності розумових структур тощо, які визначають відповідні підходи [3, с. 8]. Так з точки зору концептуалізації, основним семантичним поняттям у когнітивній лінгвістиці є концепт, під яким розуміють семантичний примітив, універсальний для носія будь-якої мови, наприклад: концепт будинку, руху, часу тощо. Він має як психічну, так і мовну сутність. Концепти представляють абстрактні одиниці, смисли, якими індивід оперує в процесі мислення та мовленнєвої діяльності. Вони відображають зміст отриманих знань, досвіду, результатів всієї діяльності людини і результати пізнання нею навколишнього світу у вигляді одиниць знання. Кожен концепт пов'язаний з деякими іншими і разом вони утворюють домени у художній моделі світу, а їх упорядковане поєднання у свідомості людини складає її концептуальну систему. Така система є досить динамічною і постійно змінюється під впливом процесу пізнання.

Фрейм – це багатокomпонентний концепт і одиниця структуризації досвіду людини. На відміну від самого концепту, який виражає будь-яку одиницю знання, в тому числі і неструктурованого, фрейм використовується лише для позначення структурованих концептів: власне фреймів, схем,

сценаріїв, когнітивних моделей [1, с. 29]. Фрейми репрезентують інформацію, знання про стереотипні ситуації у свідомості людини, які часто повторюються. Також вони не є закритою структурою, а можуть доповнюватись шляхом поглиблення інформації про ситуацію. Кожна людина має свій власний набір фреймів, який формується протягом усього життя під впливом культурних, соціальних і професійних чинників. Саме багатозначні слова актуалізують найбільш складний і численний набір фреймів.

Обмін інформацією за допомогою мови зводиться до її співвідношення з наявною у людини системою знань, до ідентифікації предметів і подій з певною групою аналогічних предметів і подій, тобто з певною категорією. В основу теорії категоризації покладено ідеї Б. Уорфа щодо поділу світу на категорії за допомогою звукової мови. В такій теорії когнітивний підхід ґрунтується на припущеннях про зв'язок між здатністю людини до категоризації та її досвідом, уявою, особливостями сприйняття, культурою, а також з можливістю створювати образи за допомогою метафори, метонімії тощо.

Отже, можна зробити висновок, що полісемія тісно пов'язана з когнітивними процесами концептуалізації і категоризації, що лежать в основі мислення і забезпечують формування та функціонування концептуальної системи. Тому використання когнітивного підходу до вивчення полісемії, враховуючи універсальність її когнітивної основи, дозволяє визначати закономірності формування семантичної варіативності мовних знаків для різних мов.

Література

1. Болдырев Н. Н. Концептуальное пространство когнитивной лингвистики. *Вопросы когнитивной лингвистики*. 2004. № 1. С. 18-36.
2. Лещёва Л. М. Лексическая полисемия в когнитивном аспекте. Москва: Языки славянской культуры; Знак, 2014. 256 с.
3. Песина С. А. Слово в когнитивном аспекте: монография. Москва: Флинта, 2011. 342 с.

ДИСКУРС-АНАЛІЗ ТА ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТУ / DISCOURSE ANALYSIS AND LINGUISTIC TEXT ANALYSIS

Іваненко С.М.

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ПОСТАСІ ОБРАЗУ АВТОРА У РОМАНІ ДАНІЕЛЯ КЕЛЬМАННА «RUHM. EIN ROMAN IN NEUN GESCHICHTEN» (СЛАВА. РОМАН З ДЕВ'ЯТИ ІСТОРІЙ) З ПОЗИЦІЙ АНТРОПОЦЕНТРИЗМУ

Антропоцентричний поворот у мовознавстві, як і у філософії, відбувався декілька разів протягом останніх 2600 років, починаючи з античних часів і дотепер, маючи при цьому кожен раз свої відмінні якісні ознаки. У ХХІ столітті знову у літературу і мистецтво повертається людина та її міжособистісні стосунки як одна з провідних тем.

Даніель Кельманн сучасний культовий автор Австрії та Німеччини, який продукує романи, що стають бестселерами не тільки в німецькомовному просторі, а й за межами нього, перекладені на інші мови світу. Переклади його творів також отримують визнання повною мірою.

Автор експериментує з жанровою формою роману як за обсягом (203 стор. тексту), так і за структурою: роман утворюють дев'ять історій [2], взаємопов'язаних темою слави, а також персонажами, які фігурують у декількох історіях або у функції головних персонажів, або другорядних.

Слово *die Geschichte* має у німецькій мові декілька значень і автор грає з ними, називаючи свій роман як такий, що складається з дев'яти історій або оповідань. Оповідання – це вже інший жанр, який належить до короткої прози. У ньому може бути присутній конфлікт, однак він не є обов'язковим елементом оповідання. У історіях Даніеля Кельманна конфлікт присутній і є навіть загостреним, як у новелі, яку у свій час Йоганн Вольфганг фон Гете схарактеризував у розмові з своїм секретарем Екерманом як незбагнений

випадок, що стався („eine sich ereignete Begebenheit“ [1, с. 436]). Саме такі випадки об'єднує Даніель Кельман у межах рамки – жанрової форми роману, розглядаючи з різних ракурсів головну тему слави.

Автор експериментує не тільки з структурою роману, але і з структурою оповідача. Зазвичай автори обирають якусь одну певну іпостась оповідача і притримуються неї протягом усього твору, тому що через оповідача автор може висловити своє ставлення до зображуваного, висвітлити його під певним кутом зору.

У шести історіях фіксуємо оповідача від 3-ої особи однини (аукторіальний оповідач), який знає усе про своїх персонажів і повідомляє це знання читачеві, ніяк не проявляючи своїх уподобань, тобто маємо об'єктивного оповідача.

У трьох історіях оповідач інший, напр. у історії «*Rosalie geht sterben*» (Розалія йде на смерть) – це іпостась автора, типового для літератури ХІХ ст. який спілкується з читачем як автор і запрошує його до певних роздумів над долею персонажів, ніби відомих йому з реального життя (напр. Адельберт фон Шаміссо), однак на відміну від характеристик такого автора оповідач Даніеля Кельманна іронічний і без будь-якої перестороги повідомляє про фіктивність свого персонажа, про закладений ним як автором драматизм у долю Розалії, але на її прохання робить її знову молодою і здоровою, виконуючи тим самим запит масового читача а хепі-енд. У такий спосіб автор Даніель Кельманн іронізує над письменниками, які йдуть за мейнстрімними уподобаннями читацької аудиторії і пишуть бульварні романи з хепі-ендом, які майже не відрізняються один від одного. Тобто, у цьому оповіданні антропоцентричними можна розглядати відносини письменника і його аудиторії. Вони демократичні, автор ніби прислухається до запити читацької публіки на щасливий кінець, але при цьому втрачає свою індивідуальність, і про такі стосунки йдеться у зазначеному оповіданні.

Оповідач сьомої історії «*Ein Beitrag zur Debatte*» (Тема до дискусії) [2, с.133] – це персонаж Мольвіц, який веде свою розповідь від 1-ої особи

однини (персоніфікований оповідач) і змальовує свою історію з позиції наївного оповідача, який абсолютно правдиво описує свої дії у незвичних для нього ситуаціях і таким чином постає перед читачем як антигерой, уособлюючи недоліки сучасного способу життя. Мольвіц – це представник сфери сучасних ІТ-технологій, працівник фірми, яка обслуговує мобільний зв'язок абонентів. Автор Даніель Кельманн іронізує над його німецькою мовою, яка під впливом англійської демонструє денгліш – помісь німецької (у Мольвіца більшою мірою побутове мовлення) з англійською (елементарні слова, які часто повторюються); іронізує над його неспроможністю мати нормальні людські стосунки в реальному житті, тому що весь вільний час проводить в Інтернеті на різних форумах і блогах, де є активним дописувачем; іронізує над його повнотою і неспроможністю обмежити себе в їжі, яка в його житті виконує компенсаторну функцію; саркастично зображає гнів персонажа, коли він трощить у кімнаті готелю все підряд, зрозумівши, що він посередність і до сфери слави йому не достукатись, тобто автор симптоматично відображає неспроможність молодого покоління до вибудовування соціальних відносин, він фіксує, як людина втрачає навички нормального спілкування в суспільстві і заміняє його на анонімне спілкування в мережі. Даніель Кельманн демонструє також відносини людей під кутом «знаменитість» - «посередність».

Оповідач восьмої історії «*Wie ich log und starb*» (Як я брехав і вмер) [2, с. 159] також має персоналізованого оповідача від 1-ої особи однини. Це керівник відділу, в якому працював Мольвіц. У цій історії Даніель Кельманн демонструє руйнування сімейних відносин з-за роботи, коли чоловік виконує свої обов'язки чоловіка і батька тільки на вихідні, а весь тиждень жінка сама організовує своє життя і життя їхніх дітей. Зустріч з іншою жінкою вимагає від нього перебудови його відносин на дві родини. Кельманн іронізує над головним персонажем, який вираховував усі можливі нюанси такого життя, але не врахував, що технічні засоби (мобільний телефон) можуть з помічників стати руйнівниками відносин. Персонаж брав за приклад літературні твори, в

яких змальовуються перипетії такого життя. У цій історії йдеться про ілюзорність світосприйняття як фіктивного, літературного, позбавленого прозорих людських відносин за впливу на життя новітніх технологій.

Усі чотири іпостасі образу автора, обрані Даніелем Кельманном, допомагають йому продемонструвати різні типи міжособистісних відносин у суспільстві ХХІ ст. і відобразити антропоцентричність художнього мовлення.

Література

1. Goethe, J.W. Anmerkungen. Novelle : Goethes Werke in zehn Bänden / Johann Wolfgang Goethe. – Bd. 7 : Das Alterswerk seit Schillers Tod. – Weimar, 1962. – S. 435–437.
2. Kehlmann, D. Ruhm. Ein Roman in neun Geschichten. – Reinbek: Rowohlt, 2010. –205 S.

Приступа В.В.

Пекінський університет іноземних досліджень (Пекін, Китай)

МОДЕЛІ ІРОНІЧНОЇ ФРЕЙМІЗАЦІЇ ПОВІДОМЛЕННЯ

Іронічна фреймізація повідомлення може здійснюватися з використанням різних когнітивних моделей.

Передусім це стосується універсальної моделі, що базується на наголошеній вище взаємодії фреймів, у яких закодована інформація, яка зумовлює, за Є.А. Брюхановою, «парадокс розуміння».

Так, в англійських медіатекстах реконструкція ІФ відбувається на основі взаємодії фреймів, що виражають стереотипні ситуації *ПРОРАХУНКИ КЕРМАНИЧА ДЕРЖАВИ - СХВАЛЬНА ОЦІНКА (РЕЗУЛЬТАТІВ ЙОГО РОБОТИ)*, як, наприклад, у такому контексті, пор.: *So this is how Hope & Change ends. With the FBI in turmoil, with surging anti-police violence, with fears of voter fraud and foreign hacking, with a sluggish economy, with a terror warning and with two unpopular presidential candidates tearing at each other like wolves. Heckuva job, Barack Obama!*

Нагнітаючи очевидні прорахунки Б. Обама на посту президента США,

автор робить несподівано «схвальний» висновок про результати його роботи. Іронічний підтекст висловлювання інтенсифікується за рахунок використання стилістично навантаженого прикметника *heckuva* (“excellent; exceptional” як алітерації від розмовного а *heck of a*).

Реконструкція ІФ може відбуватися й за рахунок **порушення пропорцій**, як у поданих нижче контекстах, пор.:

*The hard, international reality here is that Russia cares, a lot, about what happens on its periphery. There’s no mystery here; the precedent goes back hundreds of years. And it is not a pretty form of caring, and never has been. From the days of the czars, this has involved invasions, occupations, absorptions, corruption, and power plays – all the nice, **little** things great powers like to do on their peripheries; Sarah Palin’s knowledge of foreign affairs could have been **inscribed on the back of a postage stamp**. Does the public want expertise?* (у даному випадку ІФ реконструюється за рахунок знань цільової аудиторії про крихітні розміри поштової марки, що вступає у протиріччя з пропозицією *knowledge of foreign affairs*).

Іронічна фреймізація медіатексту чи окремих висловлювань у його складі може відбуватися шляхом **залучення знакових елементів матеріальної культури** того чи іншого етносу як вербально оформлених немовних символів, що покликані активізувати бажані когнітивні сценарії соціальної ідентифікації у свідомості читача, оскільки, як наголошує А.А.Леонтъєв, володіння інформацією про об’єкти дійсності маркує соціальний статус їх користувача чи споживача, а також дає уявлення про систему його соціальних референцій. Так, наприклад, у контексті

“We are breaking away from the shackles of the past,” the prince said, sitting in his sprawling, glinting ranch house with its stable of Arabian horses and one oversized white bunny. “We are moving in the direction of a liberal society,” said the prince, wearing a black-and-gold robe and tinted glasses.

Фреймізація повідомлення як іронічного відбувається через конфліктність когнітивної інформації, сконцентрованої в структурах

ПОСТУЛЮВАННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ СПРАВЕДЛИВОСТІ та ЕЛІТАРНИЙ СОЦІАЛЬНИЙ СТАТУС.

Важливу роль у процесі побудови ІФ як когнітивного конструкту відіграє **метафорично-метонімічна модель**. Йдеться про **концептуальну (когнітивну) метафору** і **когнітивну метонімію**, які презентують дві ментальні сутності, що відображають основні механізми пізнання. Попри відмінності, що існують в ідентифікації метафори і метонімії як засобів художньої образності, в когнітивній лінгвістиці вони об'єднані загальним поняттям концептуального домену як будь-якої послідовності організації людського досвіду: метафора передбачає проектування з однієї концептуальної області в іншу, метонімія – трансформацію в межах однієї концептуальної області.

У когнітивній лінгвістиці для позначення метафори як явища не лише мовної, але й мисленневої сфери використовуються два рівнозначних терміна – концептуальна метафора і когнітивна метафора. Перший із них, як наголошує В. А. Маслова, орієнтований на зв'язок з термінами «концептуалізація» і «концепт», другий пов'язаний з поняттям когнітивізму: вербальне існування метафор стає можливим лише завдяки здатності людини до аналогового мислення – представленню невідомого через відоме, абстрактного через конкретне. Однак у своєму дослідженні надалі ми використовуватимемо термін «концептуальна метафора», що обумовлено його більшою традиційністю, а також зв'язком із вихідною концепцією Дж.Лакоффа і М. Джонсона.

За висновком Є.О. Опаріної, концептуальна метафора використовується для позначення об'єктів нематеріального світу.

Нерідко автори використовують концептуальну метафору у заголовку медіатексту як його структуроутворюючий елемент, що робить текст більш зрозумілим і доступним для широкої аудиторії, а також підвищує його прагматичний потенціал. Так, наприклад, у статті сутність виборів у

Російській федерації увиразнюється через уподібнення електорального процесу цирковому перфомансу, пор.:

In place of genuine politics, the election season will be full of. Kremlin-sanctioned buffoons, clowns and imps.

Ще один ефективний засіб моделювання фреймів, у тому числі й іронічних, ми, услід за Т.С. Зевахіною, вбачаємо у **стійких образних порівняннях**, що надають у розпорядження мовця стандартні засоби вербалізації знань про світ за допомогою ситуаційних образів. За висновком дослідниці, оформлення такої порівняльної конструкції може мати інваріанти, але завжди включає два обов'язкових компонента – предикат і субстантив.

Блинова І. А.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(м. Київ, Україна)

ХУДОЖНЬО-ОБРАЗНА МОВЛЕННЄВА КОНКРЕТИЗАЦІЯ ПРОЗОВОГО ДИСКУРСУ

Під *образністю* розуміємо здатність викликати у слухача або читача систему уявлень – чуттєвих образів-асоціацій і асоціативні форми когезії [5], відтак *виражальність* тексту трактуємо як власне мовну основу його образності (сміслову, стилістичну, звукову, граматичну) [2]. Саме на такі ключові категорії художнього тексту як образність і виражальність вказує переважна більшість дослідників, обґрунтовуючи їх додавання до переліку основних текстових категорій і описуючи системні, функціональні і системно-мовні якості художнього тексту в ієрархії текстової ознаки – «естетично і концептуально обумовленої комунікативності» [1, с. 204].

Заслуговує на увагу думка М. М. Кожиної про наявність у літературному тексті такої його особливості, безпосередньо пов'язаної з образністю, як *художньо-образної мовленнєвої конкретизації*, що за участю мовних засобів різних рівнів переводить слово-поняття в слово-образ.

Художньо-образна конкретизація втілюється «в навмисно створеній за законами мистецтва організації мовних засобів у мовленнєвій тканині художнього твору, завдяки якій слово-поняття переводиться в слово-образ (художній), стає вираженням індивідуально-неповторних, цілісних художніх образів (та їхніх елементів – мікрообразів), які ніби видимі внутрішнім зором і пропущені через естетичну оцінку письменника» [3, с. 585].

Саме в художньому прозовому тексті (дискурсі), як ні в якому іншому, широко використовуються різноманітні *образотворчі* і *виражальні засоби мови* з метою впливати на читача і викликати у нього певні почуття, емоції, асоціації. Образотворчі і виражальні засоби являють собою стилістичні ресурси мови – можливості, надані мовою для побудови точного, виразного, стилістично мотивованого мовлення. Вибір і використання зображально-виражальних засобів залежить від екстралінгвістичної основи дискурсу – ситуації спілкування, обраного жанру і стилю мовлення, авторської індивідуальності.

У принципі будь-який мовний засіб може в особливих умовах контексту стати виражальним: він має сприяти розкриттю образності (експресивності, оцінності, емоційності) і забезпечити розуміння адресатом закладеної в тексті (дискурсі) інформації. Проте є засоби мови, що мають особливо значущі стилістичні можливості. Такі стилістичні ресурси, що є невичерпними, функціонують на всіх рівнях мовної структури.

Як показав аналіз англійської прози кінця ХХ – початку ХХІ століть одним з найбільш багатих джерел виразності є засоби словесної образності – *стилістичні прийоми*: тропи (метафори, метонімії, епітети, гіперболи, літоти, персоніфікації, порівняння, синекдохи, алегорії, оксюморони, перифрази і под.), стилістичні фігури (анадиплозис, апосіопеза, полісиндетон, градація, паралелізм, інверсія, еліпсис тощо) та риторичні фігури (риторичне питання, риторичний оклик, риторичне звертання).

Наступне потужне джерело стилістичних ресурсів – *синонімія*, з якою пов'язана можливість вибору найбільш точного для певного контексту

мовного засобу. Синонімія охоплює всі рівні мови, але найбільш продуктивною є в лексиці і синтаксисі (синонімія частин мови, синонімія синтаксичних конструкцій). Великі стилістичні можливості містять у собі також полісеманти, антоніми, омоніми і пароніми. До стилістичних ресурсів *лексики* належать стилістично забарвлені слова, а також лексика обмеженого вжитку: колоквіалізми, діалектизми, просторіччя, жаргонізми, аргі, професіоналізми, архаїзми, історизми, неологізми, іншомовні слова.

Крім цього, серед стилістичних ресурсів мови варто зазначити *фразеологізми*, що дозволяють урізноманітнити розмовне мовлення, посилити емоційні й експресивні відтінки висловлювання.

Фоніка, особливо в усній формі мовлення, надає багатообразні можливості звукопису, звукової гри. До традиційних фонетичних виражальних засобів відносимо звукові повтори, наголос, інтонацію, звукопис, звуконаслідування, звуковий символізм.

У *морфології* в якості експресивних засобів використовуються морфологічні синоніми, стилістично забарвлені форми, переносне вживання граматичних форм, наприклад, часових форм.

Досить різноманітні стилістичні відтінки засобів *словотворення*: сюди включені перш за все словоутворювальні синоніми. Важливу стилістичну роль відіграють експресивні афікси (суфікси і префікси), оказіональні словоутворення, словоутворювальні архаїзми.

Виключно великі стилістичні ресурси притаманні *синтаксису*: вони дозволяють виразити найбільш тонкі відтінки змісту, авторське ставлення до викладу, підкреслити ті чи інші сторони думки. У цьому плані велика роль належить порядку слів, вибору типу речення, його довжини, інтонуванню висловлювання.

Крім того, у мовленнєвому спілкуванні автори послуговуються *графічними* засобами і *невербальними* виражальними засобами – позами, жестами, мімікою.

Отже, при комунікативному підході до художнього тексту (дискурсу) [4, с. 54] образність виступає його функціональною якістю, тоді як виразність належить до системно-мовних якостей художнього утворення як форми комунікації і підпорядковується розкриттю образності.

Література

1. Болотнова Н. С. Филологический анализ текста: учеб. пособие. М.: Флинта: Наука, 2007. 520 с.
2. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: Наука, 1981. 138 с.
3. Кожина М. Н. Художественно-образная речевая конкретизация. *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. М. Флинта: Наука, 2006, С. 585–594.
4. Сидоров Е. В. Проблемы речевой системности. М.: 1987. 138 с.
5. Сорокин Ю. А. Текст, цельность, связность, эмоциональность. *Аспекты общей и частной лингвистической теории текста*. М.: 1982. С. 61–74.

*Щигло Л.В., Шемет Т.М.
Сумський державний університет (Суми, Україна)*

ОФІЦІЙНО-ДІЛОВИЙ ДИСКУРС ЯК ОСОБЛИВИЙ ТИП АНГЛОМОВНОЇ ІНСТИТУЦІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

В умовах сьогодення тексти офіційно-ділового дискурсу є однією із найбільш експансійних форм писемної комунікації, оскільки діяльність сучасних організацій, фірм, підприємств пов'язана з оформленням ділових паперів. Аналіз праць вчених-лінгвістів дискурсу (В.І. Карасик, Т.О. Ширяєва, О.М. Малюга, Bargiela-Chiappini F. та інші), здійснених у площині офіційно-ділового дискурсу, засвідчує, що останній належить до інституційного. Зокрема, деякі лінгвісти під діловим дискурсом розуміють «мовленнєво-розумову діяльність, що детермінована бізнес-спільнотою та актуалізована певним регламентованим типом тексту» [1, с. 106]. У зарубіжному мовознавстві аналіз офіційно-ділового дискурсу базується на дослідженні усного та писемного мовлення в межах комерційних організацій з урахуванням виявлення специфіки взаємовідношень лінгвальних та

екстралінгвальних комунікативних чинників [2, с. 17]. В нашому розумінні офіційно-діловий дискурс є особливим типом інституційної комунікації, що вміщує континуум писемних текстів офіційно-ділового стилю зі специфічно стандартизованою структурою та конкретним набором засобів мови, з урахуванням позалінгвальних чинників.

Англомовному писемному офіційно-діловому дискурсу, окрім культурно-специфічних характеристик, зумовлених чинним законодавством, багатовіковою історичною традицією, культурними нормами комунікації, висувається низка загальних характеристик завдяки превілюванню англосаксонської правової системи та уніфікації писемних текстів міжнародними інституціями. Такими характеристиками є: точність і чіткість, лаконізм і інформативність, логічність і структурованість, стандартизація і уніфікація.

Точність і чіткість писемного ділового мовлення забезпечуються дотриманням комунікативної і предметної точності. В лінгвістичному аспекті предметна точність тісно пов'язана з умінням підібрати однозначні одиниці мови задля вибудування із них коректного тексту, тобто без стилістичних, граматичних і текстових помилок. У офіційно-ділових паперах також поєднуються лаконізм і інформативність, оскільки офіційне звернення повинно містити достатню інформацію для прийняття обґрунтованого і доцільного рішення.

Логічність і структурованість документу є ще однією характеристикою писемної офіційно-ділової комунікації, оскільки для будь-якого типу ділового документу притаманна власна структура, якої необхідно дотримуватися під час його оформлення. Також обов'язковими вимогами до писемного англомовного ділового дискурсу вважаються стандартизація і уніфікація. Процес уніфікації і стандартизації ділових документів визначає специфіку офіційно-ділового стилю з охопленням таких рівнів мови як морфологічний, лексичний та синтаксичний. Варто додати, що для англомовного офіційно-ділового листування характерним є формально-

логічний спосіб викладення. Це означає, що предмет повинен розглядатися у контексті економічних, правових та соціальних відносин, до того ж міжособистісні відносини тут виключаються.

Отже, англомовний офіційно-діловий дискурс є складним багатовимірним конструктом, що висвітлюється у різних ракурсах. Перспективою подальших розвідок у сфері інституційного дискурсу, як нам уявляється, повинно стати більш детальне вивчення дискурсивних характеристик англомовного офіційно-ділового спілкування з урахуванням соціолінгвальних чинників. До того ж на сьогоднішній день недостатньо уваги приділяється перекладацьким аспектам писемного англомовного офіційно-ділового дискурсу.

Література

1. Черноусова Ю.А., Ширяева Т.А. Контракты в англоязычном деловом дискурсе: сущность, основные характеристики, типология. Гуманитарные исследования. Журнал фундаментальных и прикладных исследований. 2011. №3 (39). С. 106.

2. Bargiela-Chiappini F. The handbook of business discourse. Edinburgh: University Press, 2009. 520 p.

Кучерява М. М., Макухіна Т.В.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

СТРУКТУРА ТА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ АНГЛОМОВНОГО ПІСЕННОГО ДИСКУРСУ (НА ПРИКЛАДІ ДИТЯЧИХ ПІСЕНЬ)

У ранньому дитячому віці усвідомлювана психічна діяльність лише починає формуватися, в той час як її неусвідомлені прояви спостерігаються з моменту народження. У зв'язку з цим на ранньому етапі мовленнєвого розвитку дитини надзвичайно складно говорити про раціональне сприйняття усного мовлення, тексту, що звучить, мова може йти лише про ірраціональний вплив пісні на несвідоме. Суттєву роль в сприйнятті художнього тексту на слух грають звуки, що несуть в собі певну інформацію,

прихований смисл, неусвідомлений людьми, які оперують ним інтуїтивно, підсвідомо. Тексти традиційних англійських дитячих пісень характеризуються відображенням найближчого оточення дитини в ранньому віці, і одночасно з цим є певним «підготовчим» етапом до дорослого життя. Структура текстів дитячих пісень співвідноситься з особливостями динаміки розвитку вищих психічних функцій (мовлення, мислення, сприйняття, пам'яті) дитини, що обумовлює доступність віршів для сприйняття дитини раннього віку. Ритм у піснях виконує важливі функції: структуруючу, текстоутворюючу та експресивно-емоційну. Іншим важливим чинником, що впливає на звукове оформлення дитячих пісень, є звукове інструментування, звукопис, використання різних форм якого особливо характерно для поетичного тексту.

Структурно-композиційний аналіз дозволяє виділити три основні групи пісень “nursery rhymes”. Найбільш численну першу групу складають пісні, що характеризуються елементарною композицією (які мають невеликий обсяг (2-12 рядків)). Друга група пісень, що виділяється за принципом формально-композиційної організації тексту, – це так звані кумулятивні пісні. Це пісні-нарошення декількох однотипних наспівів, які складають парні римовані рядки. Обсяг таких творів практично не обмежений. Широко відомим прикладом яких є пісенька “This is the House that Jack Built” («Ось будинок, який побудував Джек»). Третю групу утворюють циклічні пісні, засновані на багаторазовому повторенні тексту з незначними його змінами (наприклад, “Are You Sleeping, Brother John” [3], “Row, Row, Row, your Boat” [99], “Ten Little Indians” [4, с. 328], “Three Little Kittens” [4, с. 256-257]).

Структура, ритм та особливості рими поетичних текстів “nursery rhymes” сприяють природній легкості сприйняття віршів дитиною раннього віку. Чіткий ритмічний малюнок, переважаюче використання простих рим, спрощують процес запам'ятовування текстів пісень, забезпечуючи їх багаторазове повторення маленькою дитиною в майбутньому.

З точки зору семантики лексика дитячих пісень належить, переважно, до груп «природні явища» (*star, rainbow, snow*), «тварини» (*mouse, kitten, fox*), «звуки тварин і природи» (*purr, hiss*), «одяг» (*trousers, skirt*), «терміни спорідненості» (*son, mother*), «емоції» (*happy, sad*), «чуттєве сприйняття» (*soft, warm*), «розмір» (*little, small*), «предмети побуту» (*kettle, teapot*), «частини тіла і органи» (*arm, nose, hand, heart*), «напрямок і місце розташування» (*high, above*), «дії» (*run, clap, stomp*), «освіта» (*school*), тобто до тих базових категорій, які важливі для дитини в ранньому дитинстві. Номінації абстрактних понять не є частотними, але, тим не менш, вони також були виявлені (*dream, faith, grief*).

Найбільш широко представлені в текстах дитячих пісень домашні тварини (*cat, cow, dog, hog, horse, pig, rat, sheep*), з якими дитина має можливість познайомитися вже в ранньому дитинстві. Вони представлені такими одиницями: *mew-mew, mee-ow-mee-ow, purr-purr, moo-moo, bow-wow, grunt-grunt, hoogh, neigh-neigh, trit-trot, griffy-graffy, squeak, baa-baa* тощо. Звуконаслідувальні слова, продюковані птахами (*dove, duck, goose, hen, rooster, crow, cuckoo, owl, raven, wren*) включають у нашій вибірці такі одиниці: *coo, quack, swishy-swashy, cackle-cackle, chimmy-chuck, cluck-cluck, chook-chook, cock-a-doodle-doo, caw-caw, cuckoo, tu-whu, croak, pooh-pooh*. З назв птахів, що трапляються в природі, знаходимо в основному тих представників пернатих, місцем існування яких є острів Велика Британія. О. А. Петренко, вивчаючи орнітоніми, представлені в традиційних англійських поетичних текстах, приходять до висновку, що для англійського поетичного погляду на світ характерно естетично-оцінне сприйняття світу птахів [2, с. 76]. Відмінною рисою дитячого пісенного дискурсу є активне використання в ньому найрізноманітніших виразних прийомів і способів. Виразність або експресивність тексту розвивається у напрямку ускладнення тексту активним використанням експресивних графічних, фонетичних, словотворчих, лексичних та синтаксичних стилістичних засобів та ін. Фонетико-фонологічна експресивність переважно задається стилістичними

засобами відповідного рівня: алітерація, асонанс, анафора, апокопа, оноματοпи та ін. Найбільш дієвим виразним фонетичним засобом є алітерація, яка полягає в повторенні приголосних звуків на початку слів або наголошених складів. Застосування цього прийому в піснях для дітей обумовлено історичним розвитком давньоанглійської поезії, на першому місці в якій виступала саме алітерація, лише пізніше витіснена на другий план у зв'язку з розвитком віршованій техніки (появою рими тощо) [1, с. 282-283].

Отже, тексти дитячих пісень відображають і формують дитячу картину світу, специфічними складовими якої є категоризація навколишнього світу за допомогою бінарних опозицій, алогізму, гіперболізації, анімізму. Основна властивість дитячої картини світу полягає в елементарності відображених в ній об'єктів, добре відомих дитині з досвіду її практичної взаємодії з навколишнім світом.

Література

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов / И. В. Арнольд. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Флинта : Наука, 2002. – 384 с.
2. Петренко О. А. Этнический менталитет и язык фольклора / О. А. Петренко. – Курск : Изд-во КГПУ, 2016. – 118 с.
3. The Mother Goose Rhymes [Electronic Resource]. – Available from: www-personal.umich.edu/~pfa/dreamhouse/nursery/rhymes.htm/.
4. The Oxford Dictionary of Nursery Rhymes/Edited by Opie I. and P. – London: Oxford University Press, 1997. – 467 p.

Войтовська Ю. О., Рудник Т. М.

Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова

(Київ, Україна)

ОСНОВНІ ЕТАПИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЕПІТЕТА

Вивчення епітетів завжди привертало увагу лінгвістів. Дослідженням стилістичних особливостей епітета займалися такі вітчизняні вчені, як О. М. Веселовський, В. М. Жирмунський, та зарубіжні, як І. Р. Гальперін,

О. Поп. Проте на сучасному етапі вивчення епітета існує ще безліч невіршених питань, одне з них – це різна інтерпретація поняття. Це зумовлено тим, що воно є досить складним та багатовимірним, чим і пояснюється актуальність нашого дослідження. Метою даної статті є аналіз основних етапів розвитку поняття епітета. Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: проаналізувати джерела появи епітета, розглянути основні підходи до вивчення епітета. Спираючись на історію вивчення епітетів, можна сказати, що було встановлено два види тлумачення цього поняття: у широкому та вузькому планах, так як вчені досі не можуть дійти до загального сприйняття та розуміння цього концепту.

У широкому сенсі епітет – це означення, один із стилістичних прийомів поезики, що підсилює думку, образність предмета. Завдяки тропу відбувається виділення певної особливості предмета, будь то усталеної чи логічної, якою лінгвісти користуються давно, або авторської, оригінальної, що має елемент новизни. У вузькому розумінні епітет – це лише художньо-образний елемент, який зосереджується на індивідуальній манері автора, незвичності, неповторності певної риси. В. М. Жирмунський зазначає, що «межа між цими двома інтерпретаціями епітета є досить умовною і її можна визначити лише на окремих прикладах, порівнюючи поезику різних текстів» [3, с. 357]. Лінгвісти підкреслюють, що така подвійність визначення терміну «епітет» не є випадковою в сучасній стилістиці, оскільки вона визначає різнопланову зміну вживання лексеми, пов'язану з розвитком поезики та її стилю у XVIII – XIX століттях. На початку XVIII століття науковці вживали термін «епітет» як поетичну особливість, яка не втілює у собі новизну. Згодом лінгвісти стали використовувати термін «епітет, який прикрашає», іншими словами, художньо-образний, індивідуальний та авторський.

Дослідники англійської літератури XVII – XVIII століть трактували термін «епітет» як поетичну особливість, враховуючи, що в його вузькому значенні в поезії того часу існував усталений перелік традиційних, канонізованих, ідеальних рис для опису конкретних предметів. Саме А. Поп

наголошував на використанні традиційних фразеологічних кліше, які можуть точно описати об'єкт [3, с. 360]. Інтенсивний період вивчення епітета в англійській філології припадає на кінець ХІХ – початок ХХ століть. І. Р. Гальперін визначає епітет як «експресивний засіб, який ґрунтується на якості та особливостях акценту описуваного явища, що формується у вигляді атрибутивних слів чи фраз» [2, с.138]. Лінгвіст також підкреслює індивідуалізуючу роль епітета, і ця думка була досить поширеною. Однак, як зазначає О. М. Веселовський, «епітети холонуть, як давно похололи гіперболи» [1, с. 75]. Це підтверджує думку про те, що кожен епітет проходить три етапи свого розвитку: від народження (як образний, оригінальний засіб), кульмінації (інтенсивне вивчення, інтерпретація, розкриття особливостей) до регресу (перевтілення на «потворний», постійний, усталений епітет).

Висновки. Таким чином, існування двох різних точок зору щодо статусу епітета пояснюється складністю самої природи цього тропу. На основі аналізу досліджень вчених щодо поняття епітета, можна зробити висновок, що він є основним стилістичним засобом, а саме тропом, який вказує на ознаку чи якість предмета або явища, його характеристику, пряме відношення автора та експресивно-емоційне забарвлення в тексті; епітет втілює певний художній образ і насичує його настрій, задуманий автором твору. Перспектива подальшого дослідження передбачає аналіз принципів класифікації епітетів а також дослідження особливостей епітетів в англійському художньому дискурсі.

Література

1. Веселовский А. Н. Из истории эпитета // Историческая поэтика / А. Н. Веселовский. – Москва: Высшая школа, 1989. – С. 59 –75.
2. Гальперин И. Р. Информативность единиц языка / И. Р. Гальперин. – Москва: Наука, 1974. – 279 с.
3. Жирмунский В. М. К вопросу об эпитете / В. М. Жимулинский // Теория литературы. Поэтика. Стилистика. – Львов, 1977. – С. 355 – 360.

ФУНКЦІОНУВАННЯ ДІАЛОГІЧНИХ КОНСТРУКЦІЙ ЯК ОРГАНІЗОВАНИХ ФОРМ ДІАЛОГІЧНОГО МОВЛЕННЯ

Вивчення діалогічних конструкцій та діалогу набуває нового етапу розвитку починаючи з ХХ століття. Сучасна лінгвістика зорієнтована на вивчення комунікації як відображення національно-культурних особливостей мовного колективу, провідну роль в якому відіграє діалогічне мовлення з його організованими формами – діалогічними конструкціями. Теоретичним підґрунтям вивчення діалогічних конструкцій як основних форм діалогу стали праці М.М. Бахтіна, В.В. Бузарова, С.Ю.Ніколаєвої, К.Дженкса, К.Уелса, Дж.Хармера та інших вітчизняних і зарубіжних науковців.

Актуальність дослідження вбачається у необхідності виявлення загальних тенденцій утворення різних форм діалогічних конструкцій та функціонування їх у мовленні. Тему було обрано через її різноплановість, оскільки в різних сферах діалоги дуже відрізняються один від одного, як і конструкції, які їх утворюють. Мета дослідження полягає в виявленні, характеристиці, порівнянні та аналізі функціонування діалогічних конструкцій як основних елементів діалогу. Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення наступних завдань: дослідження та обґрунтування теоретико-методологічної основи роботи; виділення та аналіз форм діалогічних конструкцій, які є основами для утворення різних видів діалогів.

Теоретична значущість роботи полягає в якомога ширшому розкритті питання діалогу і все, що з ним пов'язано. Практична значущість – це представлення та аналіз діалогічних конструкцій на матеріалі британського серіалу «Аббатство Даунтон». Методи дослідження залежать від мети, яку поставлено в роботі. Основними обрано метод лінгвістичного опису та структурного аналізу.

Ми живемо в активному соціумі, тому немає сумнівів, що навіть дуже замкнута людина має потребу в спілкуванні. Взаємодія з людьми допомагає розвивати психіку, інтуїцію, комунікативні навички, які допоможуть спілкуватися невимушено, навіть з незнайомими людьми. Діалог розглядається як первинна та естетична форма мовної комунікації, тому він отримав своє найбільше розповсюдження у сфері розмовного спілкування [3, с.204]. Послідовність мовних актів, що належать різним особам – учасникам діалогічного мовлення, складають основу для комунікації – передачі інформації від однієї особи іншій за допомогою реплік. Репліка кожного учасника може включати один або кілька мовних актів, сукупність яких становить його мовленнєвий хід. Висловлювання характеризуються співвіднесеністю, оскільки кожна наступне доповнює попереднє, що забезпечує його адекватне сприйняття і розуміння співрозмовниками. Щоб діалог відбувся, необхідно обов'язково мати, як мінімум, дві семантично та структурно об'єднані репліки, які і утворюють діалогічну конструкцію [5, с.184-187]. Оскільки кожна синтаксична конструкція складається зі слів, словосполучень або речень, відповідно діалогічна, має таку ж структуру. Особливістю діалогічних висловлювань є те, що вони вживаються в усному мовленні. Тому їх зміст розкривається не тільки за допомогою слів, але й за допомогою пауз, жестів, міміки, інтонації. Типи діалогічних форм можуть залежати від провідної комунікативної функції, характеру взаємозв'язку реплік та їх форми, цілей, соціальних співвідношень та індивідуальних намірів учасників [2, с.313-315]. Діалогічні конструкції можуть реалізовуватися в повній та неповній формах, бути завершеними або навпаки. Еліптичність складає основу у неповних діалогах, які піддаються трансформаціям.

Таким чином, діалог – основна форма спілкування і продукт діалогічного мовлення, в якому складовими компонентами є діалогічні конструкції. Аналізуючи різні типи діалогічних конструкцій виявлено, що найпростішим за структурою є діалог-розпитування; оскільки складається з

логічно послідовних питань і відповідей. Найскладнішим – діалог-дискусія. Важливим функціональним типом діалогу є діалог етикетного характеру. Діалог-обмін думками – найпоширеніший у розмовному мовленні. Діалогічні конструкції, які утворюють інші типи діалогів, широко використовуються не лише у повсякденному спілкуванні, але і у публіцистичному, науковому та офіційно-діловому мовленні.

Література

1. Бахтин М.М. Работы 1920-х годов. / М.М. Бахтин. – К.: Next, 1994. – 384 с.
2. Бігич О. Б., Бориско Н. Ф., Борецька Г. Е. та ін./ за загальн. ред. С. Ю. Ніколаєвої. Методика навчання іноземних мов і культур: теорія і практика: Підручник для студ. класичних, педагогічних і лінгвістичних університетів. – К.: Ленвіт, 2013. – 590 с.
3. Лагута Т. Про діалог як форму прояву мовленнєвої діяльності студента / Т. Лагута // Теорія і практика викладання української мови як іноземної. – 2007 – № 2. 476с.
4. Поперечная О. В. К вопросу о принципах классификации диалогов / О. В. Поперечная // Вісн. Харків. нац. ун-туім. В. Н. Каразіна. Сер.: Філологія. – Вип. 42: Актуальні питання сучасної філології. – Х.; 2004. – 6 с.
5. Сахарчук Л.І. Діалог як базова одиниця мовлення / Л.І. Сахарчук // Проблеми семантики слова, речення, тексту: Вип. 6. – К.: Видавничий центр КДЛУ, 2017.–286 с.
6. Crystal D., Lich G. The Encyclopedia of the English language 2005, – 455 p.
7. James H. Martin and D. Jurafsky Speech and Language Processing / 3rd edition / Prentice Press Hall, – Chapter 26, 2018.– 487 p.

Красуля А. В., Шумило Т. С.

Сумський державний університет (Київ, Україна)

ІНТЕРПРЕТАТИВНЕ ВИРАЖЕННЯ КОНЦЕПТУ «ВІРА» В БРИТАНСЬКОМУ ПІСЕННО-ЛІТЕРАТУРНОМУ ДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ТЕКСТІВ ПІСЕНЬ БРИТАНСЬКОГО ГУРТУ «HURTS»)

Термін «концепт» посідає визначальне місце в сучасній термінологічній системі філологічної науки та стає предметом дослідження таких галузей знань, як культурологія, лінгвістика, філософія, психологія та

інші. Уперше термін «концепт» згадується в «Літературознавчій енциклопедії» як: «формулювання, розумний образ, загальна думка, поняття, що домінують у художньому творі чи літературознавчій статті» [1, с. 521].

Концепт «ВІРА» має досить широку низку значень, а саме: істина, правда, довіра та походить з античної філософії й біблійної культури. На тепер віра розуміється однобічно – вірять у те, чого неможливо досягти, через що віра асоціюється із сентиментальністю, легковажністю, невіглаством [2, с. 293]. В англійській мові ключовими лексемами – номінантами концепту виступають *faith, belief, trust, confidence*, а в українській мові – «віра» та «довіра». Аналіз словникових дефініцій показує, що лексеми, які передають концепт «ВІРА» в англійській мові тісно пов'язані з поняттями довіри, впевненості, секретом, особливої релігії (напр. християнство, іслам, буддизм), юридичної організації, що контролює майно або фінанси інших осіб. В українській мові – з поняттями релігії, впевненості у чомусь або комусь, чесності, щирості тощо [4, с. 183]. Варто зазначити, що у межах поняття віри взаємодіють як позитивно, так і негативно емоційно забарвлені переживання, динаміка співвідношення яких зумовлюється багатьма чинниками. Одним із виявів такої динаміки є катарсис – очищення душі від негативно забарвлених, тривожно-гнітючих емоційних переживань шляхом їх трансформації у позитивно забарвлені, радісно-оптимістичні, замилювані.

Пісенний дискурс – це особлива форма збереження культурних знань. Проникаючи в різні сфери, пісня є свого роду «дзеркалом життя», яке відображає основні цінності, етичні погляди, соціальні уявлення, суспільні зміни та стереотипи певної епохи, створює моделі поведінки й культурні норми й передає їх наступним поколінням. Англomовний пісенний дискурс є продуктом і медіатором соціально й культурно зумовленої комунікації, потужним і впливовим ресурсом виробництва ключових цінностей і концептів культури. Музика, особливо пісня, є найпотужнішим механізмом формування національної ідентичності, що сприяє згуртуванню етносу [3,

с. 54-55]. Предметом нашого дослідження стали тексти пісень британського музичного гурту *Hurts*, які дають зрозуміти, що віра в житті людини займає важливе місце. Не має значення, чи дотримується вона певних релігійних переконань, чи ні. Віра, на думку музикантів, допомагає транслювати емоції та описувати світ навколо нас. Пісні *Hurts* як промінчик світла в темному царстві, які змушують триматися, навіть якщо в деякі моменти хочеться опустити руки. Віра в себе, в інших, у світле майбутнє, в диво повинна тримати людину у цей непростий час.

Наведемо низку прикладів та проаналізуємо інтерпретативне вираження концепту «ВІРА» в пісні *Darkest Hour: But in your darkest hour / I will light the way / I will help you cope / Through the hardest days / When it all breaks down / I will keep you safe / In your darkest hour / I will light the way*. Використання протилежних за значенням лексичних одиниць вказує на антитезу, протиставлення темряви світлу. В цих рядках пісні говориться про віру в інших, про те, що навіть в найскладніші часи поряд має бути людина, яка допоможе. В пісні *All I Want for Christmas is New Year's Day* церковні дзвони асоціюються з релігією, з вірою в Бога, у краще майбутнє, в те, що все погане залишиться в минулому: *All of the bells ringing out for Christmas / I'm singing goodbye to the year before. / I know that the next one will be different so much more*. У випадку з піснею *Miracle* використано метафору та градацію. Навіть коли людина відчуває в душі спустошення, все одно плекає віру в те, що знайде сили боротися, оскільки є прагнення до змін: *If you look in my heart you will find / No love, no light, no end inside. / But I hope, I pray, and I will fight / Cause I'm looking for a miracle*. Використання оксиморону в пісні *Some Kind of Heaven* створює художній засіб для зображення віри в кохання: *I know when we're together / My setting sun will shine*.

В пісні *Weight of the World* описано зневіру за допомогою використання метафори. Художнє порівняння з грішними янголами асоціюється з помилками, які людина не може виправити: *With every joy that you display / A little piece of me just fades away / All around me fallen angels hit the ground / I*

can't catch them as they're raining down. В пісні *S. O. S.* змальовано віру в те, що будь-які намагання людини не минають даремно: *We've got to give this one more try / When did your heart run out of fight*. Пісня *Desire* стверджує, що коли людина втрачає віру, інші відчуття та емоції здатні її повернути: *Desire feel it rise up inside / Let rapture unfold / When your faith, it runs cold*, і світ обов'язково засяє барвами, потрібно лише не втрачати віру в себе (пісня *Wherever You Go*): *If you don't see the stars tonight / I will set the world alight / So don't let go*. В рядках пісні *Hold On To Me* говориться про мінливість відчуттів людини. Автор показує, що незважаючи на обставини, людина, яка цінує відносини, готова зробити все можливе, адже вірить у те, що зможе зарадити й допомогти: *This is not the way, it's not the way it's meant to be / And I know right now it hurts / But just don't give up on me*. Риторичні запитання в пісні *Voices* вказують на сильні переживання ліричного героя, який водночас вірить у те, що його не залишать сам на сам з власними тривогами: *Say my name / And save me once again / Just say my name / Too far gone / Is this where I belong? / Am I too far gone?* Слова пісні *Wonderful Life* «ніколи не здавайся» надихають і вселяють віру в кожного з нас. Принагідно зауважимо, що водночас простежується тенденція зближення текстів пісень гурту *Hurts* з лірикою філософського характеру: *She says / Don't let go / Never give up, it's such a wonderful life*.

Література

1. Ковалів Ю.І. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. Київ : Академія, 2007. Т.1. 608с.
2. Кузнецов О.І. Психологічний аналіз феномену віри у науковому пізнанні. *Психологія і особистість*. № 1 (11). 2017. С. 289-297.
3. Кузнецова М.О., Ходус А.М. Англомовний пісенний дискурс у контексті лінгвокультури (на матеріалі поп-пісень ХХІ століття). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. Філологія*. 2017. Вип. 29(2). С. 53-56.
4. Яницька О. Лексикографічна репрезентація лінгвокультурного концепту Віра в англійській, українській та французькій мовах (на основі аналізу словникових дефініцій). *Збірник наукових праць. Філологічні науки «Південний архів»*. С. 181-185.